Résultats pro forma[1] 2018
Croissance, rentabilité et trésorerie solides
Un socle robuste pour EssilorLuxottica

- **Chiffre d'affaires pro forma[1] : + 3,2 % à taux de change constants[3]**
- **Résultat opérationnel pro forma[1] ajusté[2] : 15,9 % du chiffre d'affaires**
- **Résultat net pro forma[1] ajusté[2] : 11,6 % du chiffre d'affaires**
- ***Cash flow* libre[8] combiné : 1,8 milliards d'euros**
- **Dividende proposé : 2,04 euros par action**
- **Confirmation de l'objectif de synergies de 420 à 600 millions d'euros de résultat opérationnel dans les cinq ans à venir**

Charenton-le-Pont, France (le 8 mars, 2019) – Le Conseil d'administration d'EssilorLuxottica, qui s'est réuni le 7 mars 2019, a arrêté les comptes de l'exercice 2018. Les comptes ont été audités par les commissaires aux comptes dont le rapport de certification est en cours d'émission. Le Conseil d'administration a également approuvé les comptes consolidés pro forma[1] non audités, qui sont présentés à titre illustratif seulement.

Leonardo Del Vecchio, Président-Directeur Général d'EssilorLuxottica, a déclaré : *"Nous sommes fiers de présenter de solides résultats pour Essilor et Luxottica. La contribution de Luxottica est significative : hors effet de change, son chiffre d'affaires, sa rentabilité et son cash flow libre sont tous en hausse. Sur le plan qualitatif, sa simplicité, sa culture entrepreneuriale et sa rapidité d'exécution ont continué à porter leurs fruits. Aujourd'hui, Luxottica est bien organisée et enthousiasmée par son avenir au sein d'EssilorLuxottica. Nous abordons le processus d'intégration dans les meilleures conditions, en apportant des marques particulièrement appréciées, d'excellents moyens opérationnels et une activité entièrement digitalisée à tous les niveaux. Notre héritage va ainsi continuer à fructifier pour de nombreuses années. Dès que nous serons intégrés avec Essilor et que nos synergies se seront concrétisées, nous pourrons redéfinir ensemble un modèle de service révolutionnaire au bénéfice de nos partenaires et de nos consommateurs partout dans le monde."*

Hubert Sagnières, Vice-Président-Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica a déclaré : *"Depuis sa création le 1er octobre dernier, EssilorLuxottica s'est donné pour mission d'aider chacun à 'mieux voir, mieux être pour profiter pleinement de la vie'. Pour réaliser cette grande ambition, le groupe peut s'appuyer sur une excellente performance de la part d'Essilor qui, bénéficiant d'une forte hausse d'activité dans toutes ses divisions, a dépassé ses objectifs de croissance pour 2018 et poursuit le développement de nombreuses innovations dans l'intérêt de toute l'industrie de l'optique ophtalmique et de la lunetterie. Ces caractéristiques porteuses sont le résultat d'une culture entrepreneuriale florissante et de la créativité des collaborateurs d'Essilor dont les intérêts sont totalement alignés avec ceux des actionnaires grâce à un actionnariat salarié présent à tous les niveaux de l'entreprise. Ce puissant modèle de création de valeur étaye la génération des synergies à venir et est appelé à être déployé dans l'ensemble du groupe EssilorLuxottica"*.

EssilorLuxottica : Résultats consolidés pro forma[1] ajustés[2]

En milions d'euros	2018	2017	Variation publiée
Chiffre d'affaires	16 160	16 349	- 1,2 %
Marge brute	**10 172**	**10 314**	- 1,4 %
En % du chiffre d'affaires	*62,9 %*	*63,1 %*	
Résultat opérationnel	**2 572**	**2 703**	- 4,8 %
En % du chiffre d'affaires	*15,9 %*	*16,5 %*	
Résultat net	**1 871**	**1 904**	**- 1,7%**
En % du chiffre d'affaires	*11,6 %*	*11,6 %*	

En 2018, le chiffre d'affaires pro forma[1] d'EssilorLuxottica s'est élevé à 16 160 millions d'euros, en croissance de 3,2 % à taux de change constants. Essilor et Luxottica ont tous deux contribué à cette hausse. L'activité a augmenté dans toutes les régions, validant les initiatives stratégiques et les projets de croissance engagés. La marge brute pro forma[1] ajustée[2] a montré une légère érosion à 62,9 % du chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel pro forma[1] ajusté[2] a atteint 2 572 millions d'euros, en hausse de 1,2 % à taux de change constants[3]. La marge opérationnelle pro forma[1] ajustée[2] s'est établie à 15,9 % du chiffre d'affaires, soit une quasi stabilité à taux de change constants. Le résultat net pro forma[1] ajusté[2] s'est inscrit en baisse de 1,7 % à 1 871 millions d'euros. Le résultat net s'est maintenu à 11,6 % du chiffre d'affaires. La dette nette au 31 décembre 2018 s'élevait à 1,9 milliard d'euros, ce qui reflète la capacité du groupe à générer une importante trésorerie.

Chiffre d'affaires pro forma[1] par activité

En millions d'euros	2018	2017	Variation à taux de change constants[3]	Effet de change	Variation publiée
Verres et matériel optique (Essilor)	6 283	6 257	+ 4,8 %	- 4,4 %	+ 0,4 %
Sunglasses & Readers (Essilor)	787	765	+ 7,6 %	- 4,7 %	+ 2,9 %
Equipements (Essilor)	210	199	+ 9,1 %	- 3,8 %	+ 5,3 %
Commerce de gros (Luxottica)	3 145	3 315	- 1,0 %	- 4,1 %	- 5,1 %
Vente de détail (Luxottica)	5 735	5 813	+3,0%	- 4,4 %	- 1,4 %
Total	**16 160**	**16 349**	**+ 3,2 %**	**- 4,4 %**	**- 1,2 %**

Chiffre d'affaires pro forma[1] par zone géographique

En millions d'euros	2018	2017	Variation à taux de change constants[3]	Effet de change	Variation publiée
Amérique du Nord	8 400	8 556	+ 2,6 %	- 4,4 %	- 1,8 %
Europe	4 040	4 063	+ 1,3 %	- 1,9 %	- 0,6 %
Asie, Océanie, Afrique	2 691	2 638	+ 6,6 %	- 4,6 %	+ 2,0 %
Amérique latine	1 028	1 092	+ 6,5 %	- 12,4 %	- 5,9 %
Total	**16 160**	**16 349**	**+ 3,2 %**	**- 4,4 %**	**- 1,2 %**

Essilor : Résultats 2018 et faits marquants

En 2018, Essilor a poursuivi avec détermination sa mission « d'améliorer la vision pour améliorer la vie » alliée à une stratégie de croissance fondée sur trois grands axes: l'innovation produits et services dans toutes les gammes ; une expansion géographique et une distribution multi-réseaux alliant professionnels de l'optique, magasins en propre et ventes par internet ; et une politique d'acquisitions et de partenariats ciblés.

Cette stratégie s'est traduite par une accélération, trimestre après trimestre, du chiffre d'affaires. Celui-ci a atteint 7 459 millions d'euros en 2018, en croissance de 4,6 % en base homogène[4] sur l'année, dont 5,7 % au seul quatrième trimestre. Cette performance a ainsi nettement dépassé l'objectif initial de hausse en base homogène[4] autour de 4 %. La croissance additionnelle a permis au groupe de poursuivre ses investissements pour l'avenir avec, par exemple, de nombreux projets très prometteurs autour de la myopie et de la digitalisation des activités ainsi que le renforcement des initiatives autour de la mission et des activités "2.5 New Vision Generation™".

L'exercice a, par ailleurs, été marqué par plusieurs éléments porteurs :

- Une dynamique robuste de la division Verres et matériel optique, dont le chiffre d'affaires a augmenté de 4,2 % en base homogène[4], sous l'effet, notamment, de la montée en puissance des nouveaux produits des gammes Transitions®, Varilux® et Eyezen™ ;
- Une vive accélération des ventes de la division Sunglasses & Readers, dont le chiffre d'affaires a cru de 8,1 % en base homogène[4]. Cette performance a notamment été marquée par une forte croissance en Chine grâce à Xiamen Yarui Optical (Bolon™) et aux magasins MJS ainsi qu'aux Etats-Unis grâce à la marque Costa® ;
- Une croissance à deux chiffres des ventes par internet, avec des performances particulièrement robustes en Inde ainsi que dans les lunettes correctrices et le milieu de gamme, ce qui illustre la capacité d'Essilor à identifier, année après année, les segments les plus prometteurs ;
- Une augmentation de plus de 10 % du chiffre d'affaires hors effets de change[3] dans les pays à forte croissance[5], qui représentent désormais un quart des ventes d'Essilor ;
- Une reprise progressive de la politique d'acquisitions et de partenariats, avec la conclusion de 8 transactions représentant un chiffre d'affaires annuel d'environ 68 millions d'euros ;
- Une forte capacité financière qui a permis de réduire sensiblement le niveau de dette nette.

Le taux de marge brute progresse de 58,2 % à 58,6 % du chiffre d'affaires et la marge brute a atteint 4 372 millions d'euros. Elle a bénéficié de gains d'efficacité, de l'évolution favorable du mix produit, notamment lié à la bonne croissance des verres de marques Transitions®, Varilux®, Crizal® et Eyezen™, ainsi que de l'impact positif des nouveaux produits, dont le verre antireflet Crizal® Sapphire 360°™ et la finalisation du déploiement du verre progressif Varilux® X Series™.

La contribution de l'activité[6] ajustée[2] du groupe, son ancien indicateur de profitabilité de référence, a atteint 18,1 % du chiffre d'affaires tout en intensifiant ses investissements dans de nouveaux segments porteurs.

En base pro forma, le résultat opérationnel ajusté ressort à 16,5 % du chiffre d'affaires.

Le taux effectif d'impôt affiche une baisse de 90 points de base à 21,6 %. Il a bénéficié de la suppression de la taxe sur les dividendes ainsi que d'un mix géographique favorable.

Le résultat net ajusté du groupe s'est élevé à 923 millions d'euros contre 942 millions en 2017.

Luxottica : Résultats 2018 et faits marquants

2018 a été une nouvelle année de croissance pour Luxottica, avec un chiffre d'affaires net consolidé de plus de 8,9 milliards d'euros, en hausse de 1,5 % à taux de change constants[3] (- 2,8 % à taux de change réels, en raison des effets de change défavorables liés à la dévaluation des dollars américain et australien et du real brésilien). Le second semestre de l'année a été marqué par une accélération de la croissance du chiffre d'affaires net par rapport aux six premiers mois de l'année du fait de l'amélioration progressive des performances du commerce de gros en Europe.

Les deux divisions de Luxottica ont contribué aux résultats commerciaux positifs de cette année. Le segment du commerce de gros a montré une forte accélération au cours du second semestre de l'année et le segment de la vente de détail a confirmé une croissance soutenue.

En 2018, le chiffre d'affaires de Luxottica a été tiré par l'Amérique du Nord, la région Asie-Pacifique et l'Amérique latine. L'Europe a affiché une baisse des ventes de 0,8 % à taux de change constants[3] qui est due à une comparaison défavorable par rapport à 2017, où les ventes avaient augmenté de 13,4 %, ainsi que par rapport à la croissance cumulée des trois dernières années, qui s'est établie à 27 % à taux de change constants[3].

Une fois encore, Ray-Ban affiche les meilleurs résultats pour chaque segment et région, grâce à une solide stratégie internationale de communication et à une gestion omnicanale intégrée de sa marque.

Le chiffre d'affaires du commerce de gros s'est élevé à 3,2 milliards d'euros, en baisse de 1,1 % à taux de change constants[3] (- 5,2 % à taux de change réels). Il affiche, au cours de l'année, une amélioration séquentielle portée par une solide croissance en Amérique du Nord, au Japon et en Corée. Les bénéfices du commerce de gros ont subi, pendant la première partie de l'année, l'impact négatif de la mise en œuvre des nouvelles politiques commerciales pour les opérateurs en ligne et les clients européens ainsi que la restructuration du réseau de distribution en Chine. Le chiffre d'affaires du commerce de gros, y compris les ventes en Europe, a renoué avec la croissance au troisième trimestre et a connu une accélération de 3,4 % à taux de change constants[3] (+ 2 % à taux de change réels) pendant les trois derniers mois de l'année, confirmant la valeur des initiatives qui ont été prises. Le groupe a poursuivi l'expansion de sa distribution directe avec l'ouverture de nouvelles filiales du commerce de gros au Moyen-Orient en 2018 et à Taïwan au début de l'année 2019.

En 2018, le segment de la vente de détail a connu une croissance de 3 % à taux de change constants[3] (-1,4 % à taux de change réels), principalement générée par Sunglass Hut, par les réseaux d'opticiens en Australie, Target Optical et par les plateformes de commerce électronique. Ces ventes soutenues ont confirmé l'efficacité des initiatives stratégiques visant à améliorer le modèle opératoire, ainsi que la capacité des marques de vente de détail du groupe à mettre en œuvre ces initiatives, tout en offrant au consommateur une expérience améliorée. Le chiffre d'affaires à magasins comparables[7] (qui n'inclut pas les ventes en ligne) a augmentaté de 0,5 % et il est en hausse dans toutes les régions à l'exception de l'Amérique du Nord où il a stagné.

La forte présence de Sunglass Hut à l'échelle internationale a généré une augmentation du chiffre d'affaires mondial de 5,7 % à taux de change constants[3] avec une contribution positive de toutes les zones géographiques. Les ventes de LensCrafters en Amérique du Nord étaient en ligne avec celles de l'année dernière.

En 2018, le chiffre d'affaires des plateformes de vente en ligne du groupe (qui représentent environ 5 % du chiffre d'affaires total) était en hausse de 14 % à taux de change constants[3]. Ray-Ban.com a confirmé qu'il était le principal moteur de l'activité du groupe en ligne.

En 2018, le résultat net ajusté[2] a atteint 951 millions d'euros, en baisse de 2,0 % par rapport au niveau record de l'année dernière. A taux de change constants[3], le résultat net ajusté est supérieur à 1 milliard d'euros en croissance de 6,7 %.

En 2017, le résultat net avait bénéficié de revenus non-récurrents liés à l'accord de Luxottica sur le « Patent Box » italien couvrant les années 2015 et 2016 et à l'impact de la réforme fiscale américaine. En excluant, des résultats 2017, l'impact de 159 millions d'euros provenant de ces éléments non-récurrents, la marge nette[3] de l'exercice 2018 serait en hausse de 90 points de base, grâce à une gestion commerciale et financière efficace. Pour la deuxième année consécutive, en 2018, la marge nette a dépassé le seuil de 10 %.

La génération de flux de trésorerie disponibles[8] s'est élevée à 923 millions d'euros. Sans les fluctuations des taux de change[3], elle aurait été d'environ à 1,1 milliard d'euros. L'endettement net s'est inscrit en baisse d'environ 42 %, ce qui a permis l'abaissement du ratio de dette nette sur EBITDA ajusté[2] à 0,2x.

Pour de plus amples détails sur les initiatives stratégiques de Luxottica, ses résultats 2018 et ses ventes du quatrième trimestre, prière de se référer aux annexes.

Synergies, intégration et gouvernance

EssilorLuxottica dispose d'un important potentiel de création de valeur à travers la génération de synergies de chiffre d'affaires et de coûts, dont le montant net est actuellement estimé entre 420 et 600 millions d'euros au niveau du résultat opérationnel dans les cinq ans à venir. Les synergies de chiffre d'affaires devraient se situer entre 200 et 300 millions d'euros, du fait de la capacité d'EssilorLuxottica à développer des produits innovants de haute qualité optimisant l'interaction entre montures et verres, ainsi qu'à mieux servir l'industrie grâce à une distribution plus large et à une plateforme logistique plus efficace. Les synergies de coûts sont estimées entre 220 et 300 millions d'euros du fait de l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement, de la rationalisation des frais généraux et administratifs et des économies sur les achats. EssilorLuxottica vise une accélération des synergies lorsque le groupe opérera dans une structure totalement intégrée.

Les questions de stratégie et d'intégration, ainsi que les sujets de gouvernance, sont en cours d'évaluation par les équipes d'Essilor International et de Luxottica, afin de garantir une fluidité dans la mise en œuvre du plan de synergies et de la stratégie de croissance d'EssilorLuxottica.

Offre publique d'échange et retrait des actions Luxottica de la cote

Le 11 octobre 2018, EssilorLuxottica a lancé une offre publique d'échange, conformément au droit italien, visant l'ensemble des actions émises restantes en circulation de Luxottica. Du fait de l'acquisition des actions Luxottica apportées à l'Offre, le 5 décembre 2018, EssilorLuxottica a atteint une participation supérieure à 90 % mais inférieure à 95 % du capital social de Luxottica. En conséquence, EssilorLuxottica a lancé une procédure d'offre publique de retrait (« *sell-out procedure* ») visant les actions émises restantes en circulation de Luxottica. Ayant atteint une participation supérieure à 95 % du capital social de Luxottica au jour du règlement de l'offre publique de retrait le 18 janvier 2019, EssilorLuxottica a conséquemment initié une procédure de retrait obligatoire (« *squeeze-out procedure* ») qui s'est terminée le 5 mars 2019. En vertu des règles boursières italiennes, Borsa Italiana a ordonné le retrait des actions Luxottica de la Bourse Électronique (Mercato Telematico Azionario) (*MTA*) à compter du 5 mars 2019.

Dividende

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale du 16 mai 2019 la distribution d'un dividende de 2,04 euros par action.

Perspectives

En 2019, le groupe prévoit les performances suivantes, synergies incluses, et à taux de change constants[3] :

- Croissance du chiffre d'affaires : 3,5 % et 5,0 %;
- Croissance du résultat opérationnel ajusté[2] : 0,8 x à 1,2 x celle du chiffre d'affaires ;
- Croissance du résultat net ajusté[2] : 1,0 x à 1,5 x celle du chiffre d'affaires.

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais aura lieu ce jour à 10h30 CET.
Celle-ci sera accessible en direct et en différé par le lien suivant:
https://hosting.3sens.com/EssilorLuxottica/20190308-2690365F/en/webcast/startup.php

Prochains rendez-vous

7 mai 2019: Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2019
16 mai 2019 : Assemblée Générale des actionnaires à Paris
31 juillet 2019 : Résultats du 1er semestre 2019
18 septembre 2019 : Journée investisseurs
30 octobre 2019 : Chiffre d'affaires du 3ème trimestre

Notes

1. **Pro forma** : L'information financière consolidée résumée pro forma non auditée est présentée à titre illustratif seulement et ne tient pas compte des résultats d'exploitation ni de la situation financière qu'EssilorLuxottica aurait obtenus si l'Apport s'était effectivement réalisé le 1er janvier 2017 ou le 31 décembre 2017. Rien ne garantit que les hypothèses retenues pour préparer cette information financière consolidée résumée pro forma non auditée soient exactes, ni que les tendances indiquées dans cette information financière consolidée résumée pro forma non auditée soient représentatives des résultats ou de la performance d'EssilorLuxottica pour l'avenir. Par conséquent, les résultats et la situation financière d'EssilorLuxottica pour l'avenir peuvent différer considérablement de ceux présentés ou suggérés dans cette information financière consolidée résumée pro forma non auditée.
2. **Chiffres ajustés :** Ajusté des charges comptabilisées dans le cadre du rapprochement EssilorLuxottica et des impacts d'autres opérations inhabituelles, rares ou sans rapport avec le cours normal de l'activité, dont l'impact pourrait fausser la compréhension de la performance du groupe. Voir les montants détaillés en annexe.
3. **Chiffres à taux de change constants :** Calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année précédente.
4. **Croissance en base homogène :** Croissance à taux de change et à périmètre constants. Se reporter à la définition figurant en note 2.4 des états financiers consolidés inclus dans le Document de référence 2017.
5. Les **pays à forte croissance** comprennent la Chine, l'Inde, les pays de l'Asean, la Corée du Sud, Hong Kong, Taïwan, l'Afrique, le Moyen-Orient, la Russie et l'Amérique latine.
6. **Contribution de l'activité** : Chiffre d'affaires net diminué du coût des ventes et des charges d'exploitation (charges de recherche-développement, charges commerciales et de distribution et autres charges d'exploitation).
7. Les **ventes à magasins comparables** reflètent les ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente, auxquelles ont été appliqués les taux de change moyens de la période de l'année précédente pour la zone géographique en question.
8. **Le *cash flow* libre** est défini dans les annexes.

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de verres ophtalmiques, de montures optiques et de lunettes de soleil. Créée en 2018, sa mission est d'aider chacun à mieux voir, mieux être pour profiter pleinement de la vie, grâce à des produits parfaitement adaptés à leurs besoins visuels et à leur style personnel.
EssilorLuxottica regroupe l'expertise complémentaire de deux pionniers de l'industrie, le premier dans les technologies de pointe en matière de verres, le deuxième dans le savoir-faire maîtrisé de lunettes emblématiques, en vue d'établir de nouveaux standards pour les équipements visuels et les lunettes, ainsi qu'en matière d'expérience consommateurs.
Les actifs d'EssilorLuxottica regroupent des marques reconnues, telles que Ray-Ban et Oakley pour les lunettes, Varilux® et Transitions® pour les technologies d'optique ophtalmique, et Sunglass Hut et Lenscrafters pour les réseaux de distribution de dimension internationale.
En 2017, EssilorLuxottica comptait près de 150 000 employés et aurait réalisé un chiffre d'affaires consolidé pro-forma de 16 milliards d'euros environ.
L'action EssilorLuxottica est cotée sur le marché Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40.
Codes : ISIN : FR0000121667 ; Reuters: ESLX.PA ; Bloomberg: EL:FP.

CONTACTS

Relations Investisseurs
(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 42 16
(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4870
E-mail: ir@essilorluxottica.com

Communications Corporate / Relations Presse
(Charenton-le-Pont) Tel: + 33 1 49 77 45 02
(Milan) Tel: + 39 (02) 8633 4470
E-mail: media@essilorluxottica.com

ANNEXES AUX RESULTATS FINANCIERS 2018 D'ESSILORLUXOTTICA

***

INFORMATIONS FINANCIÈRES CONSOLIDÉES PRO FORMA, NON AUDITÉES

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ PRO FORMA NON AUDITÉ D'ESSILORLUXOTTICA

Le compte de résultat consolidé pro forma non audité de l'exercice clos au 31 décembre 2018 a été élaboré en prenant comme hypothèse que le Rapprochement d'Essilor et de Luxottica est intervenu le 1er janvier 2018. Le compte de résultat consolidé pro forma non audité de l'exercice clos au 31 décembre 2017 a été élaboré en prenant comme hypothèse que le Rapprochement d'Essilor et de Luxottica est intervenu le 1er janvier 2017. Par leur nature, les informations financières consolidées pro forma non auditées reflètent une situation hypothétique et ne visent aucunement à représenter, ni à illustrer, le résultat, ni la situation financière qui auraient été ceux d'EssilorLuxottica si le Rapprochement d'Essilor et de Luxottica avait eu lieu au 1er janvier 2018 ou au 1er janvier 2017. De même, les informations financières consolidées pro forma non auditées ne constituent eu aucun cas des projections du résultat futur du Groupe. Les informations financières consolidées pro forma non auditées s'appuient sur certaines hypothèses qu'EssilorLuxottica juge raisonnables à la date du présent document.

En millions d'euros à taux de change réels	*EssilorLuxottica 2017 ajusté*	*Marge %*	*EssilorLuxottica 2018 ajusté*	*Marge %*	*Variation 18 / 17*
Chiffre d'affaires	16 349	100,0 %	16 160	100,0 %	- 1,2 %
MARGE BRUTE	**10 314**	**63,1 %**	**10 172**	**62,9 %**	**- 1,4 %**
Charges d'exploitation (total)	**(7 611)**	**- 46,6 %**	**(7 600)**	**- 47,0 %**	**- 0,1 %**
RESULTAT OPERATIONNEL	**2 703**	**16,5 %**	**2 572**	**15,9 %**	**- 4,8 %**
Coût de l'endettement financier net	(108)	- 0,7 %	(95)	- 0,6 %	- 12,7 %
Autres produits / (charges) financiers	(13)	- 0,1 %	(11)	- 0,1 %	- 14,4 %
RESULTAT AVANT IMPÔT	**2 581**	**15,8 %**	**2 466**	**15,3 %**	**- 4,5 %**
Impôt sur les résultats	(678)	- 4,1 %	(595)	- 3,7 %	- 12,2 %
RESULTAT NET	**1 904**	**11,6 %**	**1 871**	**11,6 %**	**- 1,7 %**

Pour la description des ajustements, veuillez-vous référer à la rubrique « Indicateurs ajustés » des extraits du rapport de gestion.

ESSILORLUXOTTICA – COMPTE DE RESULTAT PUBLIE / COMPTE DE RESULTAT AJUSTE 2018

	2018							
En millions d'euros	*EssilorLuxottica Compte de résultat 2018*	*Essilor 1 jan. 2018 30 sep. 2018*	*Allocation du prix d'acquisition - ajustements du 1 jan. 2018 30 sep. 2018*	*Autres ajustements*	*EssilorLuxottica Information pro forma*	*Élimination des ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition sur 12 mois*	*Autres ajustements « non GAAP »*	*EssilorLuxottica données pro forma adjustées*
Chiffre d'affaires	10 799	5 537	-	(176)	16 160	-	-	16 160
Coût des ventes	(3 963)	(2 287)	(60)	176	(6 134)	119	27	(5 988)
Marge brute	**6 836**	**3 250**	**(60)**	**-**	**10 026**	**119**	**27**	**10 172**
% du chiffre d'affaires	*63,3%*	*58,7%*			*62,0%*			*62,9%*
Frais de recherche et développement	(190)	(149)	(193)	-	(531)	257	-	(275)
Frais de commercialisation	(3 391)	(997)	(200)	-	(4 588)	266	7	(4 315)
Redevances	(157)	(6)	-	-	(163)	-	-	(163)
Frais de publicité et de marketing	(746)	(392)	(68)	-	(1 206)	91	-	(1 115)
Frais généraux et administratifs	(989)	(883)	(8)	(123)	(2 003)	11	271	(1 722)
Autres produits / (charges) opérationnels	(5)	(42)	-	-	(47)	-	36	(11)
Total des charges opérationnelles	**(5 478)**	**(2 469)**	**(469)**	**(123)**	**(8 539)**	624	315	(7 600)
Résultat opérationnel	**1 358**	**781**	**(528)**	**(123)**	**1 487**	**744**	**341**	**2 572**
% du chiffre d'affaires	*12,6%*	*14,1%*			*9,2%*			*15,9%*
Coût de l'endettement financier net	(54)	(39)	5	(5)	(94)	(6)	5	(95)
Autres produits / (charges) financiers	(9)	(8)	-	6	(11)	-	-	(11)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	0	-	-	(1)	(0)	-	-	(0)
Résultat avant impôt	**1 295**	**734**	**(524)**	**(124)**	**1 382**	**738**	**346**	**2 466**
% du chiffre d'affaires	*12,0%*	*13,3%*			*8,6%*			*15,3%*
Impôts sur le résultat	(139)	(217)	103	24	(228)	(296)	(72)	(595)
Taux effectif d'impôt	*10,7%*	*29,5%*			*16,5%*			*24,1%*
Résultat net	**1 156**	**518**	**(420)**	**(99)**	**1 154**	**442**	**274**	**1 871**

ESSILORLUXOTTICA – COMPTE DE RESULTAT PUBLIE / COMPTE DE RESULTAT AJUSTE 2017

	2017							
En millions d'euros	*Luxottica Compte de résultat 2017*	*Essilor Compte de résultat 2017*	*Allocation du prix d'acquisition - ajustements du 1 jan. 2017 31 déc. 2017*	*Autres ajustements*	*EssilorLuxottica Information pro forma*	*Élimination des ajustements liés à l'allocation du prix d'acquisition sur 12 mois*	*Autres ajustements « non GAAP »*	*EssilorLuxottica données pro forma adjustées*
Chiffre d'affaires	9 184	7 402	-	(237)	16 349	-	-	16 349
Coût des ventes	(3 222)	(3 096)	(119)	225	(6 212)	119	58	(6 035)
Marge brute	**5 962**	**4 306**	**(119)**	**(13)**	**10 137**	**119**	**58**	**10 314**
% du chiffre d'affaires	*64,9%*	*58,2%*			*62,0%*			*63,1%*
Frais de recherche et développement	(60)	(217)	(255)	-	(532)	255	-	(277)
Frais de commercialisation	(3 070)	(1 306)	(261)	-	(4 637)	261	38	(4 338)
Redevances	(164)	(10)	-	-	(174)	-	-	(174)
Frais de publicité et de marketing	(630)	(494)	(90)	-	(1 213)	90	-	(1 123)
Frais généraux et administratifs	(738)	(1 192)	(11)	(20)	(1 961)	11	259	(1 691)
Autres produits / (charges) opérationnels	45	(18)	-	-	28	-	(35)	(8)
Total des charges opérationnelles	**(4 616)**	**(3 237)**	**(617)**	**(20)**	**(8 490)**	617	262	(7 611)
Résultat opérationnel	**1 347**	**1 069**	**(736)**	**(33)**	**1 647**	**736**	**320**	**2 703**
% du chiffre d'affaires	*14,7%*	*14,4%*			*10,1%*			*16,5%*
Coût de l'endettement financier net	(81)	(52)	6	(5)	(132)	(6)	30	(108)
Autres produits / (charges) financiers	(10)	(12)	-	9	(13)	-	-	(13)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	1	-	-	(1)	-	-	-	-
Résultat avant impôt	**1 257**	**1 005**	**(730)**	**(30)**	**1 502**	**730**	**349**	**2 581**
% du chiffre d'affaires	*13,7%*	*13,6%*			*9,2%*			*15,8%*
Impôts sur le résultat	(215)	(131)	76	13	(257)	(76)	(345)	(678)
Taux effectif d'impôt	*17,1%*	*13,0%*			*17,1%*			*26,3%*
Résultat net	**1 042**	**874**	**(655)**	**(17)**	**1 244**	**655**	**4**	**1 904**

EXTRAITS DES ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

***

3.3 États financiers consolidés du Groupe

3.3.1 Compte de résultat consolidé

En millions d'euros	Notes	2018	*Retraité* 2017[(a)]
Chiffre d'affaires	5	10 799	9 184
Coût des ventes		(3 963)	(3 222)
MARGE BRUTE		**6 836**	**5 962**
Frais de recherche et développement		(190)	(60)
Frais de commercialisation		(3 391)	(3 070)
Redevances		(157)	(164)
Frais de publicité et de marketing		(746)	(630)
Frais généraux et administratifs		(989)	(738)
Autres produits / (charges) opérationnels	6	(5)	45
Total des charges opérationnelles		**(5 478)**	**(4 616)**
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL		**1 358**	**1 347**
Coût de l'endettement financier net	7	(54)	(81)
Autres produits / (charges) financiers	7	(9)	(10)
Quote-part dans le résultat net des sociétés mises en équivalence	12	-	1
RÉSULTAT AVANT IMPÔT		**1 295**	**1 257**
Impôts sur le résultat	8	(139)	(215)
RÉSULTAT NET		**1 156**	**1 042**
dont:			
Part du Groupe		1 087	1 040
Part des participations ne donnant pas le contrôle		69	2
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation:	9		
De base		260 699 711	220 533 089
Dilué		266 246 307	220 662 106
Résultat net part du Groupe :	9		
De base		4,17	4,72
Dilué		4,08	4,71

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

3.3.2 État du résultat global consolidé

En millions d'euros	Notes	2018	*Retraité* 2017[(a)]
RÉSULTAT NET		**1 156**	**1 042**
Éléments recyclables en résultat			
Couvertures de flux de trésorerie		(2)	-
Couvertures d'investissement net		-	-
Écarts de conversion		140	(589)
Impôts sur les éléments recyclables	8	1	-
TOTAL ÉLÉMENTS RECYCLABLES EN RÉSULTAT		**139**	**(589)**
Éléments du résultat global non recyclables en résultat			
Écarts actuariels sur engagements de retraite	23	(18)	55
Impôts sur les éléments non recyclables		4	(49)
TOTAL ÉLÉMENTS NON RECYLABLES EN RÉSULTAT		**(14)**	**6**
TOTAL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL NET D'IMPÔTS		**125**	**(583)**
RÉSULTAT GLOBAL		**1 281**	**460**
dont :			
Part du Groupe		1 208	458
Part des participations ne donnant pas le contrôle		72	2

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

3.3.3 État de la situation financière consolidée

Actif

En millions d'euros	Notes	31 décembre 2018	*Retraité* 31 décembre 2017[(a)]
Goodwill	10	23 241	3 608
Immobilisations incorporelles	10	11 873	1 246
Immobilisations corporelles	11	3 368	1 809
Titres mis en équivalence	12	22	4
Autres actifs non courants	13	390	92
Impôts différés actifs	14	336	130
TOTAL ACTIFS NON COURANTS		**39 230**	**6 889**
Stocks et en cours	15	2 045	832
Créances clients	16	2 357	944
Créances d'impôt	17	128	66
Autres actifs courants	18	667	174
Trésorerie et équivalents de trésorerie	19	1 829	1 159
TOTAL ACTIFS COURANTS		**7 025**	**3 175**
Actifs destinés à être cédés	20	14	-
TOTAL DE L'ACTIF		**46 269**	**10 064**

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

Passif

En millions d'euros	Notes	31 décembre 2018	*Retraité* 31 décembre 2017[(a)]
Capital	21	77	40
Primes d'émission	21	20 931	570
Actions propres	21	(92)	-
Autres réserves	21	10 821	4 158
Résultat net part du Groupe		1 087	1 040
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE		**32 823**	**5 808**
Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	21	438	6
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES		**33 262**	**5 814**
Dettes financières à long terme	22	2 582	1 671
Avantages du personnel	23	459	122
Provisions non courantes	25	428	130
Autres passifs non courants	26	278	77
Impôts différés passifs	14	2 245	157
TOTAL PASSIFS NON COURANTS		**5 993**	**2 157**
Dettes financières à court terme	22	1 184	228
Dettes fournisseurs	27	1 746	907
Dettes d'impôt	17	99	22
Provisions courantes	25	211	171
Autres passifs courants	28	3 775	765
TOTAL PASSIFS COURANTS		**7 015**	**2 093**
TOTAL DU PASSIF		**46 269**	**10 064**

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

3.3.4 Tableau de variation des capitaux propres consolidés

En millions d'euros	Capital	Primes d'émission	Actions propres	Écarts de conversion	Report à nouveau et autres réserves	Résultat net part du Groupe	Capitaux propres part du Groupe	Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
CAPITAUX PROPRES AU 1 JANVIER 2017	**29**	**563**	**(270)**	**365**	**4 238**	**851**	**5 776**	**6**	**5 782**
Impacts de la première application d'IFRS 15	-	-	-	-	6	-	6	-	**6**
CAPITAUX PROPRES AU 1 JANVIER 2017 - RETRAITÉS[a]	**29**	**563**	**(270)**	**365**	**4 244**	**851**	**5 782**	**6**	**5 788**
RÉSULTAT GLOBAL DE LA PÉRIODE - RETRAITÉ[a]	**-**	**-**	**-**	**(589)**	**7**	**1 040**	**458**	**2**	**460**
Émission d'actions ordinaires et variations de parts d'intérêts	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**
Acquisition de filiales avec des participations ne donnant pas le contrôle	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**
Variations de parts d'intérêts sans modification de contrôle	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**
Autres variations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**
Augmentation de capital réservée aux salariés et exercice d'options de souscription	-	7	-	-	-	-	7	-	**7**
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	-	1	-	1	-	**1**
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	-	-	13	-	(13)	-	-	-	**-**
Affectation du résultat net	-	-	-	-	851	(851)	-	-	**-**
Dividendes distribués	-	-	-	-	(440)	-	(440)	(2)	**(442)**
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2017 - RETRAITÉS[a]	**29**	**570**	**(257)**	**(224)**	**4 650**	**1 040**	**5 808**	**6**	**5 814**

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

En millions d'euros	Capital	Primes d'émission	Actions propres	Écarts de conversion	Report à nouveau et autres réserves	Résultat net part du Groupe	Capitaux propres part du Groupe	Capitaux propres attribuables aux participations ne donnant pas le contrôle	Total capitaux propres
CAPITAUX PROPRES AU 1 JANVIER 2017 - RETRAITÉS	**29**	**570**	**(257)**	**(224)**	**4 650**	**1 040**	**5 808**	**6**	**5 814**
Ajustements liés à l'acquisition inversée	11	-	257	-	(268)	-	-	-	**-**
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2017 - RETRAITÉS[(a)]	**40**	**570**	**-**	**(224)**	**4 382**	**1 040**	**5 808**	**6**	**5 814**
RÉSULTAT GLOBAL DE LA PÉRIODE	-	-	-	135	(14)	1 087	1 208	72	**1 281**
Émission d'actions ordinaires et variations de parts d'intérêts									
Acquisition de filiales avec des participations ne donnant pas le contrôle	*25*	*13 149*	*(111)*	-	*12 539*	-	*25 602*	*2 679*	***28 281***
Variations de parts d'intérêts sans modification de contrôle	*12*	*7 188*	-	-	*(6 638)*	-	*562*	*(2 263)*	***(1 701)***
Autres variations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle	-	-	-	-	12	-	12	(48)	**(36)**
Augmentation de capital réservée aux salariés et exercice d'options de souscription	-	24	-	-	-	-	24	-	**24**
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	-	76	-	76	-	**76**
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres	-	-	19	-	(4)	-	15	-	**15**
Affectation du résultat net	-	-	-	-	1 040	(1 040)	-	-	**-**
Dividendes distribués	-	-	-	-	(484)	-	(484)	(7)	**(491)**
CAPITAUX PROPRES AU 31 DÉCEMBRE 2018	**77**	**20 931**	**(92)**	**(89)**	**10 910**	**1 087**	**32 823**	**438**	**33 262**

Les capitaux propres au 1er janvier 2018 sont ceux de Luxottica Group S.p.A. (ci-après « Luxottica »), à l'exception du capital social, ajusté rétrospectivement pour représenter le capital social d'Essilor International (Compagnie Générale d'Optique) (ci-après « Essilor »). Les soldes des postes *Report à nouveau et autres réserves* et *Actions propres* ont également été ajustés en conséquence (pour davantage de détails, voir le paragraphe *Base de préparation des états financiers* et la Note 21–Capitaux propres).

Le poste *Acquisition de filiales avec des participations ne donnant pas le contrôle* prend en compte les impacts de l'**Apport** (tel que défini dans les Notes aux états financiers consolidés du Groupe, c'est-à-dire l'apport à Essilor de la totalité de la participation de Delfin dans Luxottica Group S.p.A. en échange des nouvelles actions EssilorLuxottica (pour davantage de détails, voir la Note 3–Regroupements d'entreprises, paragraphes 3.1.1 et 3.1.2). L'Apport est considéré comme l'acquisition inversée d'Essilor par Luxottica ayant les impacts suivants :

- comptabilisation de la contrepartie transférée au titre de l'acquisition d'Essilor dans les postes *Capital, Primes d'émission* et *Report à nouveau et autres réserves* ;
- comptabilisation des participations ne donnant pas le contrôle historiques d'Essilor à hauteur de leur quote-part de juste valeur de l'actif net des filiales concernées ;
- reclassement des actionnaires de Luxottica hors Delfin en tant que participations ne donnant pas le contrôle sur la base de leur quote-part dans la valeur comptable de l'actif net de Luxottica ;

- comptabilisation des actions propres EssilorLuxottica pour 111 millions d'euros à la date du Rapprochement.

Le poste *Variations de parts d'intérêts sans modification de contrôle* représente les effets de :

- l'offre d'échange obligatoire lancée par EssilorLuxottica au terme de l'Apport, à l'issue de laquelle les actionnaires détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle ont échangé leurs actions Luxottica contre de nouvelles actions ordinaires EssilorLuxottica, la différence étant comptabilisée au poste *Report à nouveau et autres réserves* ;
- l'obligation qu'avait EssilorLuxottica, au 31 décembre 2018, de proposer une contrepartie en numéraire aux actionnaires restants de Luxottica en échange de leurs actions de cette société. Pour davantage de détails, voir la Note 3–Regroupements d'entreprises, paragraphes 3.1.1 et 3.1.3).

3.3.5 Tableau des flux de trésorerie consolidés

En millions d'euros	Notes	2018	*Retraité* 2017[(a)]
RÉSULTAT NET		**1 156**	**1 042**
Amortissements des immobilisations incorporelles et corporelles		759	541
Résultat des cessions d'actifs		2	(49)
Charges relatives aux paiements fondés sur des actions		76	1
Impôts sur le résultat	8	139	215
Résultat financier, net	7	63	91
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie		30	42
Dotation (reprise) nette aux provisions		(173)	165
Variation du besoin en fonds de roulement		259	(24)
Impôts payés, net		(352)	(320)
Frais financiers payés, net		(78)	(101)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		**1 881**	**1 603**
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	11	(710)	(664)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles		-	100
Acquisition de filiales nette de la trésorerie acquise	3	753	(136)
Variation des autres actifs non financiers		(5)	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		**38**	**(700)**
Augmentation de capital		31	17
Cession nette / (acquisition nette) d'actions propres		15	-
Dividendes versés:			
- aux actionnaires du Groupe	21	(484)	(440)
- aux détenteurs de participations ne donnant pas le contrôle	21	(7)	(2)
Opérations relatives aux participations ne donnant pas le contrôle		(13)	-
Émissions d'obligations (et placements privés)	22	-	500
Remboursement d'obligations (et placements privés)	22	(293)	(469)
Variations des dettes financières (à court et long terme)	22	(504)	(137)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		**(1 255)**	**(531)**
VARIATION DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE		**664**	**372**
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début de l'exercice	19	1 159	867
Incidence des variations des taux de change		5	(80)
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE	19	**1 829**	**1 159**

(a) Les données comparatives sont celles de Luxottica retraitées telles que décrit dans le paragraphe *Base de préparation des états financiers*.

EXTRAITS DU RAPPORT DE GESTION

***

ESSILOR EN 2018

Les éléments de chiffre d'affaires communiqués ci-après correspondent au périmètre de consolidation d'Essilor si son activité avait été indépendante de celle de Luxottica sur l'intégralité de l'exercice 2018.

Définitions

a. **Croissance organique / Croissance en base homogène** : Croissance à taux de change et à périmètre constants. Se reporter à la définition figurant en note 2.4. des états financiers consolidés inclus dans le Document de référence 2017.
b. **Acquisitions organiques** : Acquisitions ou partenariats locaux.
c. **Pays à forte croissance** *:* Afrique, Amérique latine, ASEAN, Chine, Corée du Sud, Hong Kong, Inde, Moyen-Orient, Russie et Taïwan
d. **Contribution de l'activité** : Chiffre d'affaires net diminué du coût des ventes et des charges d'exploitation (charges de recherche-développement, charges commerciales et de distribution et autres charges d'exploitation).

En 2018, Essilor a poursuivi avec détermination sa mission « d'améliorer la vision pour améliorer la vie » alliée à une stratégie de croissance fondée sur trois grands axes: l'innovation produits et services dans toutes les gammes ; une expansion géographique et distribution multi-réseaux alliant professionnels de l'optique, magasins en propre et ventes par internet ; et une politique d'acquisitions et de partenariats ciblés.
Cette stratégie s'est traduite par une accélération, trimestre après trimestre, du chiffre d'affaires. Celui-ci a atteint 7 459 millions d'euros en 2018, en croissance de 4,6 % en base homogène[a] sur l'année, dont 5,7 % au seul quatrième trimestre. Cette performance a ainsi nettement dépassé l'objectif initial de hausse en base homogène[a] autour de 4 %. La croissance additionnelle a permis au groupe de poursuivre ses investissements pour l'avenir avec, par exemple, de nombreux projets très prometteurs autour de la myopie et de la digitalisation des activités ainsi que le renforcement des initiatives autour de la mission et des activités "2.5 New Vision Generation™". La contribution de l'activité[d] du groupe a atteint 18,1 % du chiffre d'affaires tout en intensifiant ses investissements dans de nouveaux segments porteurs.

L'exercice a par ailleurs été marqué par plusieurs éléments porteurs :

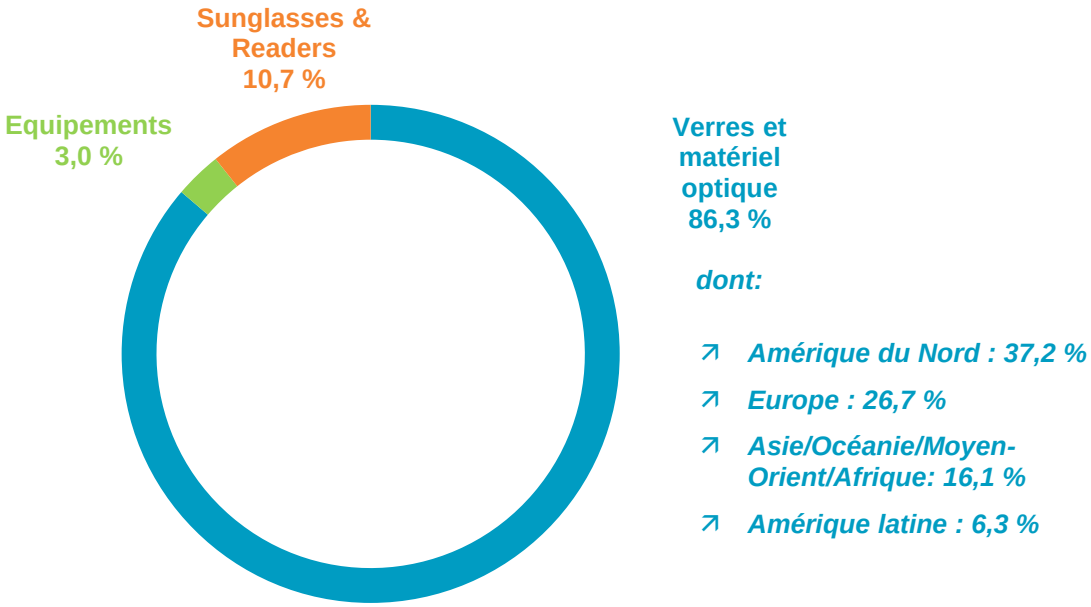
- Une dynamique robuste de la division Verres et matériel optique, dont le chiffre d'affaires a augmenté de 4,2 % en base homogène[a], sous l'effet, notamment, de la montée en puissance des nouveaux produits des gammes Transitions®, Varilux® et Eyezen™ ;
- Une vive accélération des ventes de la division Sunglasses & Readers, dont le chiffre d'affaires a cru de 8,1 % en base homogène[a]. Cette performance a notamment été marquée par une forte croissance en Chine grâce à Xiamen Yarui Optical (Bolon™) et aux magasins MJS ainsi qu'aux Etats-Unis grâce à la marque Costa® ;
- Une croissance à deux chiffres des ventes par internet, avec des performances particulièrement robustes en Inde ainsi que dans les lunettes correctrices et le milieu de gamme, ce qui illustre la capacité d'Essilor à identifier, année après année, les segments les plus prometteurs ;
- Une augmentation de plus de 10 % du chiffre d'affaires hors effets de change dans les pays à forte croissance[c], qui représentent désormais un quart des ventes d'Essilor ;
- Une reprise progressive de la politique d'acquisitions et de partenariats, avec la conclusion de 8 transactions représentant un chiffre d'affaires annuel d'environ 68 millions d'euros ;
- Une forte capacité financière qui a permis de réduire sensiblement le niveau de dette nette.

Chiffre d'affaires consolidé d'Essilor pour l'exercice 2018

Chiffre d'affaires En millions d'euros	**2018**	2017[1]	**Variation publiée**	**Croissance en base homogène[a]**	**Effet de périmètre**	**Effet de change**
Verres et matériel optique	**6 434**	6 409	+ 0,4 %	+ 4,2 %	+ 0,5 %	- 4,3 %
Amérique du Nord	***2 776***	*2 788*	*- 0,4 %*	*+ 3,2 %*	*+ 0,8 %*	*- 4,4 %*
Europe	***1 993***	*1 966*	*+ 1,3 %*	*+ 2,5 %*	*+ 0,1 %*	*- 1,3 %*
Asie/Océanie/Moyen - Orient/Afrique	***1 197***	*1 171*	*+ 2,3 %*	*+ 8,3 %*	*- 0,2 %[2]*	*- 5,8 %*
Amérique latine	***468***	*484*	*- 3,5 %*	*+ 7,7 %*	*+ 2,2 %*	*- 13,4 %*
Sunglasses & Readers	**798**	767	+ 4,1 %	+ 8,1 %	+ 0,9 %	- 4,9 %
Equipements	**227**	225	+ 0,8 %	+ 4,5 %	+ 0,0 %	- 3,7 %
TOTAL	**7 459**	**7 401**	**+ 0,8 %**	**+ 4,6 %**	**+ 0,5 %**	**- 4,3 %**

(1) Le groupe applique la norme IFRS 15 relative à la reconnaissance du chiffre d'affaires depuis le 1er janvier 2018. Le chiffre d'affaires de 2017 a été retraité en conséquence, avec un impact négatif d'environ 89 millions d'euros.
(2) Ce chiffre reflète l'impact de la déconsolidation de deux petites entités.

- **Répartition du chiffre d'affaires 2018 par activité et par région**



- **Evolution du chiffre d'affaires dans les pays à forte croissance[c] et dans les pays développés**

Le chiffre d'affaires réalisé dans les pays à forte croissance[c] ressort à 1 848 millions d'euros, soit 24,8 % du chiffre d'affaires du groupe, et celui réalisé dans les pays développés ressort à 5 611 millions d'euros.

Chiffre d'affaires En millions d'euros	**2018**	2017[1]	**Variation publiée**	**Croissance en base homogène[a]**	**Croissance à taux de change constant**
Pays à forte croissance[c]	**1 848**	1 802	+ 2,5 %	+ 10,5 %	+ 10,8 %
Pays développés	**5 611**	5 599	+ 0,2 %	+ 2,8 %	+ 3,4 %
TOTAL	**7 459**	**7 401**	**+ 0,8 %**	**+ 4,6 %**	**+ 5,1 %**

- **Variation du chiffre d'affaires entre 2017 et 2018**

	Variation réelle	Variation en base homogène[a]	Effet de périmètre	Effet de change
En millions d'euros	58,1	343,9	39,7	- 325,5
En %	+ 0,8 %	+ 4,6 %	+ 0,5 %	- 4,3 %

En 2018, le chiffre d'affaires consolidé du groupe Essilor s'est établi à 7 459 millions d'euros, en progression de 5,1 % hors change.
En base homogène[a], les ventes ont crû de 4,6 %.
L'effet périmètre (+ 0,5 %) a reflété la contribution des acquisitions organiques[b] réalisées en 2018, pour la majeure partie, ainsi que certaines de 2017 (notamment Partners in Vision, Inc. et Vision Associates, Inc. aux Etats-Unis).
L'effet de change négatif (- 4,4 %) traduit l'appréciation, au cours des 9 premiers mois de l'année, de l'euro face aux principales monnaies de facturation d'Essilor, notamment le dollar américain.

Faits marquants par activité et par région

Verres et matériel optique

En 2018, le chiffre d'affaires de la division Verres et matériel optique s'est élevé à 6 434 millions d'euros en croissance de 4,2 % en base homogène[a].

- **Amérique du Nord**

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a crû de 3,2 % en base homogène[a] en 2018. Aux Etats-Unis, l'activité Verres s'est appuyée sur les innovations produits ainsi que sur la mise en œuvre d'initiatives stratégiques. Les ventes aux professionnels de l'optique indépendants ont continué de progresser grâce notamment aux lancements de produits récents tels que l' « Ultimate Lens Package™ » et les nouveaux verres Transitions® Style Colors et Transitions® Style Mirrors. La croissance a également été alimentée par la poursuite de l'expansion du programme « Essilor Experts » et par les ventes avec les opticiens/optométristes affiliés aux réseaux d'Alliances détenues par le groupe, les grands comptes et les organismes de couverture de soins visuels. Les activités e-commerce, en particulier les ventes en ligne de lunettes correctrices, et la distribution de lentilles de contact ont également contribué à cette bonne performance. Les ventes au Canada ont légèrement reculé.

- **Europe**

En Europe, une accélération des ventes, trimestre après trimestre, a permis au chiffre d'affaires d'atteindre une croissance de 2,5 % en base homogène[a] pour l'exercice 2018. Appuyée sur l'augmentation des forces de ventes, cette bonne performance a permis d'accroître la pénétration dans le marché des verres haut de gamme, parmi lesquels les verres progressifs Varilux®, les verres photochromiques Transitions® et les verres antireflets Crizal®, également favorisés par le lancement Du verre Crizal® Sapphire™ 360°. Les verres Eyezen™ destinés aux porteurs connectés ont fortement progressé.

En France, la forte progression des verres Nikon® et la bonne exécution de la stratégie multi-réseaux, ont contribué à la solide performance d'ensemble. Dans les pays de l'Est, la Russie et les pays scandinaves, la forte activité a été liée à une bonne progression des produits à valeur ajoutée, tant chez les opticiens indépendants que dans les chaînes d'optique. Au Royaume-Uni, le dynamisme des ventes en ligne a compensé la relative faiblesse de l'activité avec les canaux traditionnels.

- **Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique**

La région Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique a enregistré une progression de son chiffre d'affaires de 8,3 % en base homogène[a], laquelle inclut une hausse proche de 10 % sur les marchés domestiques des pays à forte croissance[c]. En Chine continentale, les ventes ont affiché une forte croissance, tant sur le haut que sur le milieu de gamme, grâce aux verres filtrant la lumière bleue, aux solutions de gestion de la myopie, aux ventes par Internet et aux verres de marque Varilux® et Eyezen™. Les plans de développement des positions commerciales grâce aux verres progressifs et photochromiques ainsi qu'aux grandes marques se sont traduits par de bonnes progressions en Turquie, en Asie du Sud-Est, en Corée du Sud et, dans une moindre mesure, au Japon. En Afrique, les ventes ont terminé l'année en nette hausse grâce à une accélération au quatrième trimestre. En revanche, l'activité au cours de l'année a été plus mitigée en Inde et au Moyen-Orient.

- **Amérique latine**

En Amérique latine, la croissance soutenue des ventes de 7,7 % en base homogène[a] provient, d'une part, des bonnes performances du Brésil et des pays hispanophones et, d'autre part, d'une amélioration graduelle de l'activité au cours de l'exercice, lequel s'est achevé avec une hausse de 14,1 % en base homogène[a] au quatrième trimestre.
Au Brésil, après une année 2017 difficile, le rebond de l'activité s'est appuyé sur une stratégie centrée sur l'innovation produit, sur des campagnes promotionnelles et sur une amélioration de la qualité de service. La forte progression des ventes de verres Varilux® et Transitions® a participé à la reconquête des parts de marché.
Dans le reste de la région, les performances ont été relativement homogènes d'un pays à l'autre. La Colombie a continué à bénéficier de la progression des verres à valeur ajoutée, notamment les verres photochromiques Transitions®. Le Mexique a retrouvé une forte dynamique, notamment grâce à l'activité avec les grands comptes. Trois acquisitions au Mexique, en Equateur et en Argentine ont permis de renforcer la présence du groupe dans la région.

- **Instruments**

Consolidée au sein de la division Verres et matériel optique, l'activité Instruments commercialise des outils à destination des optométristes et des opticiens. En 2018, elle a réalisé une croissance de son chiffre d'affaires de 6 % en base homogène[a].
Cette bonne performance provient, d'une part, du segment taillage-montage qui a bénéficié du succès de la nouvelle version de sa meuleuse « Mr Blue® Sun & Sport » équipée pour les montures complexes, et, d'autre part, de l'activité optométrie (instruments de réfraction et de diagnostic) en forte croissance. La station aberrométrique « Wave Analyser Medica 700+™ », permettant à l'opticien de proposer un équipement optique personnalisé grâce à une analyse complète de la chambre antérieure de l'œil, a connu un beau succès commercial, notamment auprès des grands comptes, tout comme le nouveau réfracteur Vision-R™ 800 qui a été commercialisé en fin d'année et a obtenu le Silmo d'Or de sa catégorie au salon mondial de l'optique de Paris en octobre 2018.

Sunglasses & Readers

En 2018, la division **Sunglasses & Readers** a réalisé un chiffre d'affaires de 798 millions d'euros en croissance de 8,1 % en base homogène[a]. Aux Etats-Unis, **FGX International** a bénéficié du fort dynamisme des ventes au consommateur mesurées dans les magasins ainsi que de nouveaux contrats. **Costa®** a poursuivi son expansion vers l'Ouest des Etats-Unis et dans le canal des magasins d'optique avec ses gammes de lunettes de prescription. En Chine, la bonne performance de **Xiamen Yarui Optical** (Bolon™) a confirmé la solidité retrouvée de l'entreprise en solaire et a montré une accélération en optique. **Photosynthesis Group** a continué sa politique d'ouverture de nouveaux magasins MJS dans les centres commerciaux appuyée sur le développement de nouveaux produits.

Equipment

Le chiffre d'affaires de la division Équipements a atteint 227 millions d'euros en 2018, en progression de 4,5 % en base homogène[a]. Cette bonne performance reflète un accueil favorable, dans l'ensemble des régions, des dernières générations de machines de surfaçage. Il s'agit notamment du générateur numérique VFT-Orbit 2™, de la polisseuse Multi-FLEX™ et de la machine de blocage des verres ART (« Alloy Replacement Technology »), qui propose un procédé novateur pour maintenir en place le verre pendant les opérations d'usinage et de polissage. En Asie et aux Etats-Unis, l'activité a bénéficié de fortes ventes de machines au cours du dernier trimestre. En Amérique latine, la conversion de petits laboratoires de prescription à la technologie de surfaçage numérique s'est poursuivie tout au long de l'année.

Ventes en ligne

En 2018, Essilor a réalisé, sur ce segment, un chiffre d'affaires de 482 millions d'euros [(6)], en croissance de 15 % [(1)] en base homogène[a]. L'Europe et l'Amérique du Nord ont représenté 86 % [(6)] des ventes et le reste du monde 14 % [(6)].

Les activités liées à la mission du groupe

Les initiatives d'Essilor visant à l'éradication de la mauvaise vue dans le monde se sont traduites par l'équipement en solutions visuelles de 23 millions de porteurs au cours des 5 dernières années, dont plus de 10 millions pour la seule année 2018. Ces initiatives ont atteint une nouvelle dimension au cours des douze derniers mois grâce à des partenariats avec des Etats ou des organisations transnationales. Ainsi, le groupe s'est engagé, aux côtés du Queen Elizabeth Diamond Jubilee Trust, à étendre ses modèles inclusifs et caritatifs aux besoins de santé visuelle des 900 millions de personnes du Commonwealth souffrant de vision non corrigée. Cet engagement se traduira par la création d'infrastructures pérennes et la fourniture de verres correcteurs à 200 millions de personnes vivant sous le seuil de pauvreté. Essilor s'est, par ailleurs, associé à l'ambition du Gouvernement Royal du Bhoutan de devenir le premier pays au monde à éradiquer la mauvaise vision. Au New Jersey, l'implication du Vision Impact Institute, à travers la campagne Kids See Success, a contribué au vote d'une nouvelle loi demandant un examen des yeux aux enfants entrant pour la première fois dans une école publique. Au Kosovo, où 30 % de la population vit sous le seuil de pauvreté, Essilor s'est engagé à tester la vue de 21 000 enfants et éducateurs en milieu scolaire afin de leur fournir les lunettes dont ils ont besoin. Enfin, le déploiement du modèle inclusif Eye Mitra™ s'est poursuivi tout au long de l'année en Inde avec, notamment, un nouveau partenariat dans l'Etat d'Odisha, au Bangladesh en coopération avec le gouvernement australien, en Indonésie avec la première convention réunissant 800 'Mitra Mata' et au Kenya avec les premières ouvertures de magasins par des ambassadeurs EyeRafiki™.
Quelques semaines après le rapprochement d'Essilor et de Luxottica, Essilor Vision Foundation s'est associée à Onesight (dont Luxottica est le parrain fondateur) pour organiser un dépistage visuel de communautés défavorisées en Thaïlande. Cette opération a également bénéficié du soutien de Top Charoen, une des principales chaînes de magasins d'optique dans le pays.

[1] *Chiffres 2018 compilés à partir des ventes en ligne des sites de vente directe au consommateur (BtoC) du groupe et des ventes en ligne de la division Sunglasses & Readers ; Source : Essilor*

Chiffre d'affaires consolidé du 4ème trimestre 2018

Chiffre d'affaires En millions d'euros	**T4 2018**	**T4 20171**	**Variation publiée**	**Croissance en base homogène[a]**	**Effet de périmètre**	**Effet de change**
Verres et matériel optique	**1 626**	1 535	+ 5,9 %	+ 5,4 %	+ 0,5 %	+ 0,0 %
Amérique du Nord	***697***	*661*	*+ 5,4 %*	*+ 0,9 %*	*+ 1,4 %*	*+ 3,1 %*
Europe	***508***	*478*	*+ 6,1 %*	*+ 6,8 %*	*+ 0,0 %*	*- 0,7 %*
Asie/Océanie/Moyen - Orient/Afrique	***295***	*280*	*+ 5,9 %*	*+ 10,3 %*	*- 2,1 %[2]*	*- 2,3 %*
Amérique latine	***126***	*116*	*+ 7,7 %*	*+ 14,1 %*	*+ 4,2 %*	*- 10,6 %*
Sunglasses & Readers	**217**	202	+ 7,9 %	+ 5,5 %	+ 2,0 %	+ 0,4 %
Equipements	**79**	71	+ 11,7 %	+ 12,1 %	0,0 %	- 0,4 %
TOTAL	**1 922**	**1 808**	**+ 6,3 %**	**+ 5,7 %**	**+ 0,7 %**	**- 0,1 %**

(1) Le groupe applique la norme IFRS 15 relative à la reconnaissance du chiffre d'affaires depuis le 1er janvier 2018. Le chiffre d'affaires du T4 2017 a été retraité en conséquence, avec un impact négatif d'environ 22 millions d'euros.

(2) Ce chiffre reflète l'impact de la déconsolidation de deux entités.

Au 4ème trimestre 2018, le chiffre d'affaires du groupe a affiché une hausse de 6,4 % hors change incluant une croissance en base homogène[a] de 5,7 % en accélération par rapport à celle du 3ème trimestre. Toutes les activités ont enregistré une progression en base homogène[a] : Verres et matériel optique (+ 5,4 %), Sunglasses & Readers (+ 5,5 %) et Equipement (+ 12,1 %).

L'effet périmètre (+ 0,7 %) a reflété la contribution des acquisitions réalisées au cours de l'année.

L'effet de change s'établit à - 0,1 %. Il résulte de l'appréciation du dollar américain face à l'euro, qui a compensé l'impact de la dépréciation de certaines devises notamment dans les pays à forte croissance[c].

Par région et par division, les faits marquants étaient :

- Une base de comparaison élevée en Amérique du Nord : au T4 2017, la croissance en base homogène[a] s'était élevée à 8,8 % ;
- Une poursuite de la dynamique dans les pays à forte croissance[c] et dans les ventes en ligne ;
- Une bonne performance en Europe et dans la division Sunglasses & Readers.

Les acquisitions et partenariats de l'exercice 2018

En 2018, le groupe a réalisé 8 transactions, qui représentent un chiffre d'affaires cumulé d'environ 68 millions d'euros en base annuelle.

Nom	Pays	Activité	Chiffre d'affaires en base annuelle	% d'intérêts	Date d'entrée dans le périmètre
Verres et matériel optique – Amérique du Nord					
Cal Coast Ophthalmic Instruments, Inc.	Etats-Unis	Distributeur d'instruments d'optométrie couvrant l'Ouest des Etats-Unis	12 millions de dollars américains	80 %	1er juillet 2018
Expert Optics Inc.	Etats-Unis	Laboratoire de prescription situé dans l'Etat de l'Illinois	16 millions de dollars américains	100 %	1er octobre 2018
Verres et matériel optique – Asie/Océanie/Moyen-Orient/Afrique					
Hao Phat Group LLC. et Mat Viet Group LLC.	Vietnam	Distributeur de produits optiques et chaîne de magasins d'optique	4 millions d'euros	51 %	1er mai 2018
Verres et matériel optique – Amérique latine					
Optica Popular SRL	Honduras	Laboratoire de prescription intégré opérant des magasins d'optique	7 millions d'euros	60 %	1er juillet 2018
Artículos Ópticos de Higiene y Seguridad, S.A. de C.V. (Aohssa)	Mexique	Distributeur de verres et de lentilles de contact	6 millions d'euros	90 %	1er juillet 2018
Indulentes	Equateur	Laboratoire de prescription	9 millions de dollars américains	60 %	1er novembre 2018
Metalizado Optico Argentino S.A. (MOA)	Argentine	Laboratoire de prescription situé à Buenos Aires	7 millions de dollars américains	88 %	1er décembre 2018
Sunglasses & Readers					
One Click Internet Ventures, LLC	Etats-Unis	Acteur de la vente en ligne de lunettes prémontées et propriétaire du site « readers.com »	15 millions de dollars américains	100 %	1er juillet 2018

Toutes les sociétés ci-dessus sont consolidées à 100 % dans les comptes du groupe selon la méthode d'intégration globale et en fonction de leur date d'entrée dans le périmètre.

Depuis le 1er janvier, Essilor a poursuivi sa politique de partenariat avec des leaders locaux sur le marché de l'optique et a conclu 2 transactions représentant un montant de chiffre d'affaires annuel de 34 millions d'euros environ.
En **Allemagne**, Essilor a acquis la totalité du capital de la société **Brille24 GmbH**. Elle est l'un des principaux acteurs de la vente en ligne de produits optiques en Allemagne et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 25 millions d'euros.
Par ailleurs, le groupe a renforcé sa présence en **Grèce**, où son partenaire Shamir a acquis **Union Optic**, un laboratoire de prescription qui distribue également des instruments optiques. Union Optic dispose de quatre bureaux en Grèce et à Chypre et réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 9 millions d'euros.

LUXOTTICA EN 2018

Remarques
1 Les chiffres à taux de change constant ont été calculés à l'aide de la moyenne des taux de change en vigueur au cours de la période correspondante durant l'exercice précédent.
2 Les « comparables » ou les « chiffres d'affaires réalisé par des magasins comparables » reflètent l'évolution du chiffre d'affaires entre deux périodes qui, à des fins de comparaison, n'inclut dans leurs calculs que les boutiques ouvertes au cours des périodes les plus récentes, et également ouvertes au cours de la période précédente comparable. Ces chiffres appliquent aux deux périodes les taux de change moyens pour la période précédente et la même zone géographique.
3 Les résultats de 2017 ont été retraités pour refléter l'application à partir du 1er trimestre 2018 de la nouvelle norme comptable IFRS 15 et la finalisation de l'allocation du prix d'acquisition d'Óticas Carol.
4 Pour obtenir la définition des chiffres ajustés cumulés, consultez les définitions figurant dans les communiqués de presse antérieurs de Luxottica en ce qui concerne les résultats financiers des périodes prises en compte.
5 Pour obtenir la définition des chiffres ajustés de 2017 et 2018, veuillez-vous référer à la rubrique 1.5.1.3.

Résultats publiés pour l'exercice 2018

(en millions d'Euros)	Exercice 2017[3]	Exercice 2018	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change réels
Chiffre d'affaires net du groupe	**9 184**	**8 929**	**+ 1,5 %**	**- 2,8 %**
Commerce de gros	3 371	3 194	- 1,1 %	- 5,2 %
Vente de détail	5 813	5 735	+ 3,0 %	- 1,4 %
Résultat d'exploitation	**1 301**	**1 284**	**+ 7,4 %**	**- 1,3 %**
Résultat net attribuable aux actionnaires du groupe Luxottica[6]	**1 040**	**900**	**- 5,5%**	**- 13,5 %**

Résultats ajustés[5] pour l'exercice 2018

(en millions d'Euros)	Exercice 2017[3]	Exercice 2018	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change réels
Chiffre d'affaires net ajusté du groupe	**9 184**	**8 929**	**+ 1,5 %**	**- 2,8 %**
Commerce de gros	3 371	3 194	- 1,1 %	- 5,2 %
Vente de détail	5 813	5 735	+ 3,0 %	- 1,4 %
Résultat opérationnel ajusté	**1 443**	**1 345**	**+ 1,2 %**	**- 6,8 %**
Résultat net ajusté, attribuable aux actionnaires du groupe Luxottica	**971**	**951**	**+ 6,7 %**	**- 2,0 %**

2018 a été une nouvelle année de croissance pour Luxottica Group, avec un chiffre d'affaires net consolidé de plus de 8,9 milliards d'Euros, en hausse de 1,5 % à taux de change constants[1] (- 2,8 % à taux de change réels, en raison des effets de change défavorables liés à la dévaluation des dollars américain et australien et du real brésilien). Le second semestre de l'année a été marqué par une accélération de la croissance du chiffre d'affaires net par rapport aux six premiers mois de l'année (à rapprocher de l'amélioration progressive des performances du commerce de gros en Europe).

En 2018, le résultat net ajusté a atteint 951 millions d'Euros, en baisse de 2,0 % par rapport au niveau record de l'année dernière (à taux de change constants[1], le résultat net ajusté est supérieur à 1 milliard d'euros en croissance de 6,7 %), la marge nette dépassant pour la deuxième année consécutive le seuil des 10 %. La rentabilité du groupe a bénéficié d'une gestion commerciale et financière efficace. Le flux de trésorerie disponible s'est élevé à 923 millions d'Euros (hors effet de change défavorable[1], il aurait été approximativement de 1,1 milliard d'Euros).

La bonne tenue des prix et la maîtrise des coûts ont contribué positivement aux résultats de 2018. Ces résultats sont remarquables, dans la mesure où ils ont été réalisés en dépit d'une contribution moindre des volumes (en raison de l'évolution de la stratégie de distribution du groupe dans les régions clés, visant à promouvoir la qualité des ventes, la cohérence et la transparence des politiques commerciales, ainsi qu'une relation plus directe avec les consommateurs).

2018 : la fin d'un parcours de quatre ans

Un parcours de quatre ans de profond renouvellement stratégique, opérationnel, technologique et managérial s'est achevé en 2018. Les initiatives stratégiques clés élaborées ou achevées au cours de la dernière année de ce parcours ont été les principaux moteurs à l'origine des résultats pluriannuels obtenus, et leur répercussion devrait se poursuivre au cours des prochaines années.

Comparaison des résultats cumulés de ces quatre dernières années avec les résultats de la période 2010-2013 :

- Le chiffre d'affaires net cumulé a augmenté d'environ 40 %, passant de 26 à 36 milliards d'Euros ;
- Le résultat opérationnel ajusté[4] a progressé d'environ 60 % ;
- Le résultat net ajusté[4] a progressé d'environ 80 % ;
- La marge nette ajustée[4] est passée d'environ 7,5 % à plus de 10 % ;
- Les données ajustées[4] sur les éléments d'exploitation et sur la rentabilité nette par unité vendue ont augmenté d'environ 20 % et 35 %, respectivement.

Par ailleurs, le ratio Endettement net/EBITDA est passé de x2,0 en 2010 à x0,2 en 2018, grâce à une forte génération de flux de trésorerie disponible.

Les principales initiatives stratégiques entreprises par le groupe au cours des quatre dernières années sont les suivantes :

La simplification de l'organisation : La centralisation de l'activité à l'échelle mondiale et les stratégies produits adoptées ont permis à Luxottica, en tant que société, de penser de manière centralisée et d'agir avec rigueur au niveau régional et national. Cela lui a permis de simplifier ses processus décisionnels et d'améliorer l'efficacité et la rapidité d'exécution. La société a accru son contrôle et son efficacité au niveau de certaines variables clés (telles que les gammes, la logistique et les services fournis au client final), harmonisant ses prix sur différents marchés et réduisant fortement les promotions en magasin et en ligne.

Le renouvellement managérial : Luxottica a mis en place une nouvelle structure de gouvernance et une solide équipe de Direction, à tous les postes essentiels pour l'entreprise. Des dirigeants brillants et compétents apportant un regard neuf, ont adopté les nouvelles technologies numériques, en parfait accord avec la dynamique des marchés. Par ailleurs, de nouvelles équipes et de nouveaux rôles de leadership ont été créés pour soutenir l'innovation, au sein de l'entreprise comme sur les marchés. Le groupe a créé pour son siège implanté à Milan une « usine » numérique en partant de zéro, dans le but de générer des actifs numériques pour l'ensemble de l'organisation et d'orchestrer les communications numériques à l'échelle du monde entier. Il a également utilisé son groupe de travail R&D pour de nouveaux domaines (tels que les technologies « prêtes-à-porter » et l'automatisation) et a constitué une nouvelle équipe centrale chargée de la création et de l'aménagement de magasins à l'international.

Le passage au numérique à l'échelle de l'entreprise : Le groupe utilise aujourd'hui des millions de points de données pour prendre des décisions en temps réel, pour planifier et mettre en application ses stratégies. La technologie est l'épine dorsale de chaque fonction de l'entreprise : production, distribution et vente, sur tous les marchés et sur tous les canaux (commerce de gros, vente de détail, vente en ligne). Luxottica a changé sa façon de communiquer avec des millions de consommateurs à travers le monde, devenant aujourd'hui l'un des plus grands diffuseurs numériques privés au monde (avec plus de quinze mille fenêtres numériques

installées dans ses magasins et boutiques en ligne. Et ce n'est que le début de son parcours numérique. En 2019, la société prévoit d'introduire de nouvelles façons d'interagir avec ses produits (et notamment la mise en place d'un catalogue numérique complet de lunettes Luxottica dans les magasins du monde entier).

La révolution de la « paire complète » : Luxottica propose aujourd'hui une solution complète de verres et de montures dans les magasins de détail et sur les plateformes en ligne, via un canal de service unique. Ces deux composants qui ont toujours été complémentaires sont aujourd'hui conçus et produits ensemble. De plus, l'ajout des verres de prescription à la valeur de marque prépare l'ensemble du secteur à répondre à la demande croissante de produits personnalisés, et à y réagir d'une nouvelle façon. Pour concrétiser cette vision, le groupe a achevé l'élaboration de trois nouveaux centres à la pointe de la technologie (en Italie, aux États-Unis et en Chine). Chacun d'eux est capable d'intégrer la production et la distribution de verres et de montures.

La refonte de la distribution en gros : Ces dernières années, Luxottica a mis en œuvre plusieurs initiatives visant à améliorer la qualité des ventes, à protéger l'équité de ses marques et l'activité de ses clients grossistes. Le groupe a continué d'investir dans la lutte contre les contrefaçons et contre le marché parallèle, en développant son système de traçabilité RFID (qui couvre aujourd'hui plus de 80 % des montures Ray-Ban et Oakley vendues). Après l'introduction de la « politique MAP » (Minimum Advertised Price) en Amérique du Nord en 2016 et la restructuration du réseau de distribution en gros en Chine, Luxottica a révisé sa politique de distribution et commerciale en Europe en 2018, afin d'améliorer la cohérence et l'équilibre entre ses différents canaux de vente. Le groupe a également mis en place de nouveaux modes de gestion des clients en ligne, et a investi dans la numérisation des communications sur le canal du commerce de gros, dans le but d'améliorer la relation client. Grâce au portail MyLuxottica, l'entreprise a repensé en 2018 la présentation de ses nouvelles collections aux clients, que ce soit en showroom ou en magasin. Aujourd'hui, à côté des exemples de lunettes physiques, les clients peuvent voir une collection numérique étendue, qui comprend l'histoire de la marque et les émotions qui sous-tendent chaque modèle ; cela permet de rendre plus facile et plus engageant le choix du bon produit par leurs clients.

L'expansion de la vente de détail et l'intégration des canaux de distribution : Luxottica gère la plateforme de vente de détail de manière plus efficace grâce à une chaîne d'approvisionnement entièrement intégrée, à une gestion immobilière centralisée, à d'importants investissements en matière de capacité des lentilles, et à une approche de plus en plus omnicanale. Après avoir finalisé les acquisitions de grandes marques de détail haut de gamme (Salmoiraghi & Viganò en Italie et Óticas Carol au Brésil, notamment), Luxottica a pénétré de nouveaux marchés avec Sunglass Hut en Asie du Sud-Est et en Amérique latine, et lancé le nouveau concept Ray-Ban en Chine puis dans le monde, célébrant ainsi la marque de lunettes la plus appréciée sur plus de 200 implantations. Sunglass Hut reste la première destination des amateurs de lunettes de luxe, grâce à son offre résolument omnicanale.
Le groupe a étendu son empreinte globale dans la vente de détail en 2018 avec l'acquisition de la chaîne d'opticiens détaillants Spectacle Hut à Singapour et l'ouverture de magasins shop-in-shop Sunglass Hut sur les 170 emplacements de Bass Pro et Cabela's à travers l'Amérique du Nord.

L'excellence en production : Le groupe continue d'investir massivement dans le développement de son infrastructure industrielle (en innovant dans les technologies de production et d'automatisation et en rationalisant son réseau logistique international) afin de mieux servir ses clients, grossistes et consommateurs, toutes régions confondues. En 2018, Luxottica a finalisé l'acquisition de Fukui Megane et est entré au cœur de la production « made in Japan » dans le quartier des opticiens de Fukui, acquérant ainsi une capacité de production véritablement unique. Le groupe a continué la consolidation de sa stratégie de concentration sur des unités de production tournée vers l'excellence et une qualité « made in Italy » en annonçant l'acquisition de Barberini, le leader mondial de la fabrication de lunettes de soleil. Cette transaction est encore à ce jour assujettie aux conditions habituelles de clôture et sa finalisation est attendue courant 2019.

Chiffre d'affaires consolidé de Luxottica pour l'exercice 2018

Les deux divisions ont contribué aux résultats commerciaux positifs de cette année. Le segment du commerce de gros montre une forte accélération au cours du second semestre de l'année et le segment de la vente de détail confirme une croissance soutenue.
En 2018, les bénéfices du groupe ont été tirés par l'Amérique du Nord, la région Asie-Pacifique et l'Amérique latine. L'Europe a affiché une baisse des ventes de 0,8 % à taux de change constants[1] qui est due à une comparaison défavorable par rapport à 2017 où elle avait progressé de 13,4 % à taux de change constants[1], et par rapport à la croissance cumulée des trois dernières années qui a été de 27 % à taux de change constants[1].
Une fois encore, Ray-Ban affiche les meilleurs résultats pour chaque segment et région, grâce à une solide stratégie internationale de communication et à une gestion omnicanale intégrée de sa marque. Cette marque a confirmé sa vitalité, imputable au succès de ses dernières collections, y compris de nouvelles icônes telles que Meteor et Nina, et aux magasins Ray-Ban à travers le monde.

Le chiffre d'affaires du commerce de gros s'est élevé à 3,2 milliards d'Euros, en baisse de 1,1 % à taux de change constants[1] (- 5,2 % à taux de change réels). Il affiche, au cours de l'année, une amélioration séquentielle, portée par une solide croissance en Amérique du Nord, au Japon et en Corée. Les bénéfices du commerce de gros ont subi, pendant la première partie de l'année, l'impact négatif de la mise en œuvre des nouvelles politiques commerciales pour les opérateurs en ligne et les clients européens ainsi que la restructuration du réseau de distribution en Chine. Le chiffre d'affaires du commerce de gros, y compris les ventes en Europe, a renoué avec la croissance au troisième trimestre et a connu une accélération de 3,4 % à taux de change constants[1] (+ 2 % à taux de change réels) pendant les trois derniers mois de l'année, confirmant la valeur des initiatives qui ont été prises. Le groupe a poursuivi l'expansion de sa distribution directe avec l'ouverture de nouvelles filiales du commerce de gros (au Moyen-Orient en 2018 et à Taïwan au début de l'année 2019).

En 2018, le segment de la vente de détail a connu une croissance de 3 % à taux de change constants[1] (-1,4 % à taux de change réels), principalement générée par Sunglass Hut, par le réseau d'opticiens en Australie, Target Optical et par les plateformes de commerce électronique. Ces résultats de vente soutenus ont confirmé l'efficacité des initiatives stratégiques visant à améliorer le modèle opératoire ainsi que la capacité des marques de vente de détail du groupe à mettre en œuvre ces initiatives, tout en offrant au consommateur une expérience améliorée. Le chiffre d'affaires à magasins comparables[2] (qui n'inclut pas les ventes en ligne) a été en augmentation de 0,5 % et en hausse dans toutes les régions à l'exception de l'Amérique du Nord où il a stagné.
La forte présence de Sunglass Hut à l'échelle internationale a généré une augmentation du chiffre d'affaires mondial de 5,7 % à taux de change constants[1] avec une contribution positive de toutes les zones géographiques. Les ventes de LensCrafters en Amérique du Nord étaient en ligne avec celles de l'année dernière.

En 2018, le chiffre d'affaires des plateformes de vente en ligne du groupe (qui représente environ 5 % du chiffre d'affaires total) était en hausse de 14 % à taux de change constants[1]. Luxottica a étendu son empreinte sur la vente de détail en ligne en introduisant les nouvelles plateformes en ligne Persol et Vogue Eyewear aux États-Unis et au Canada après les avoir lancées en Italie, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et en Espagne en 2017. OliverPeoples.com a également augmenté sa présence pendant l'année 2018.
Ray-Ban.com a confirmé qu'il était le principal moteur de l'activité du groupe en ligne. Avec de nouvelles expériences utilisateur, l'amélioration de la qualité de sa personnalisation et de ses niveaux de services, des attractions basées sur la réalité augmentée et des collections exclusives, Ray-Ban a complètement redéfini le rapport des consommateurs en ligne avec les produits optiques. De nouvelles initiatives ayant une composante numérique, y compris Ray-Ban Studios, renforcent le lien entre la marque et la génération du millénaire à travers le monde. Les résultats de Ray-ban.com ont été soutenus par les excellents résultats de SunglassHut.com et de Oakley.com, qui a particulièrement bénéficié de la collaboration spéciale réussie et des collections capsules au

cours de l'année, tels que Oakley by Samuel Ross, Harmony Fade ou les éditions limités de Oakley Moto GP 2018, entièrement vendues à chaque sortie.

Segments géographiques : chiffres d'affaires nets

Chiffre d'affaires net (en millions d'euros)	Exercice 2017[3]	%	Exercice 2018	%	Variation à taux de change constants[1]	Variation à taux de change réels
Amérique du Nord	5 276	57 %	5 138	58 %	+ 1,8 %	- 2,6 %
Commerce de gros	963	10 %	952	11 %	+ 3,2 %	- 1,2 %
Vente de détail	4 313	47 %	4 187	47 %	+ 1,5 %	- 2,9 %
Europe	1 966	21 %	1 922	21 %	- 0,8 %	- 2,3 %
Asie-Pacifique	1 159	13 %	1 155	13 %	+ 4,6 %	- 0,3 %
Amérique latine	616	7 %	564	6 %	+ 2,9 %	- 8,4 %
Reste du monde	166	2 %	149	2 %	- 7,6 %	- 10,3 %
Rés. total du groupe	**9 184**	**100 %**	**8 929**	**100 %**	**+ 1,5 %**	**- 2,8 %**

Amérique du Nord

En 2018, le chiffre d'affaires du groupe en Amérique du Nord était en hausse de 1,8 % à taux de change constant[1] (- 2,6 % à taux de change réels) ce qui confirme un environnement de consommation favorable, les deux divisions contribuant à ces bons résultats.
Le chiffre d'affaires du commerce de gros a augmenté de 3,2 % à taux de change constant[1] (- 1,2 % en monnaies courantes) ce qui confirme la croissance soutenue de l'année précédente, avec une hausse remarquable de 3,2 % à taux de change constant[1] (+ 6,4 % en devises courantes) au quatrième trimestre qui vient s'ajouter aux 14 % d'augmentation à taux de change constant[1] enregistrés pendant les trois derniers mois de 2017. Les succès de la stratégie de distribution de Ray-Ban (et notamment sa présence sur des plateformes en ligne tierces) ou encore d'Oakley, qui continue à récolter les bénéfices à long terme de son intégration à Luxottica, ont tous deux contribué à cette croissance.
En Amérique du Nord, les activités du segment de la vente de détail ont renoué avec la croissance grâce aux performances positives enregistrées par toutes les marques principales. Le secteur de la vente de détail de produits optiques a affiché de bonnes performances en matière de ventes et a été stimulé par la croissance à deux chiffres de Target et par la forte contribution d'EyeMed ; dans le même temps, Sears Optical a réduit de moitié le nombre de ses magasins au cours de l'exercice, et a enregistré une baisse des ventes de 36 % en raison de la récente crise au sein de Sears Holdings Corporation. LensCrafters est en train de finaliser la transformation de son modèle économique avec un chiffre d'affaires en ligne avec celui de l'année dernière et des ventes de détail comparables[2] en légère augmentation dans la seconde moitié de l'année, à comparer à la baisse de 3,4 % enregistrée pendant les six premiers mois. Sunglass Hut, avec un chiffre d'affaires total en hausse de 2,8 % à taux de change constant[1], reste la première destination des amateurs de lunettes de luxe, grâce à une offre résolument omnicanale.

Europe

Après trois années d'une croissance cumulée de 27 %, le chiffre d'affaires 2018 en Europe est en baisse de 0,8 % à taux de change constant[1] (- 2,3 % aux taux de change réels). Cette évolution s'explique par la performance négative des activités du commerce de gros dans la plupart des pays européens (en raison du réalignement progressif des politiques commerciales et des initiatives de lutte contre la contrefaçon). La forte croissance à un chiffre du segment de la vente de détail a confirmé la solide performance pluriannuelle de la division, et s'explique à la fois par les bons niveaux de vente enregistrés dans des magasins comparables[2] et par l'ouverture d'environ 40 nouveaux magasins (dont 27 points de vente Ray-Ban).
Après une baisse du chiffre d'affaires de 4,3 % au premier semestre, le troisième trimestre a permis d'enregistrer une amélioration progressive du chiffre d'affaires, grâce à une reprise après un démarrage tardif de la saison des

produits solaires pour le commerce de gros. Le chiffre d'affaires des trois derniers mois de l'année a enregistré une hausse de 4,2 % à taux de change constant[1].

Asie-Pacifique

En 2018, le chiffre d'affaires net du groupe pour la région Asie-Pacifique a enregistré une augmentation de 4,6 % à taux de change constant[1] (- 0,3 % à taux de change réels), notamment grâce à l'accélération progressive des ventes au cours de la deuxième moitié du quatrième trimestre, soit une hausse de 6,3 % à taux de change constant[1] (+ 4,6 % à taux de change réels). L'Australie, le Japon, la Corée, l'Inde et l'Asie du Sud-Est ont été les principaux moteurs de la croissance, tout comme le secteur de la distribution de voyages.
En Grande Chine, les bonnes performances de Sunglass Hut, LensCrafters et de quelque 130 boutiques Ray-Ban n'ont pas contrecarré la profonde transformation du segment du commerce de gros à la suite de la restructuration du réseau de distribution au profit d'une meilleure expérience client.
Au cours de la deuxième moitié de l'année, Luxottica a fait l'acquisition de Spectacle Hut, l'une des principales chaînes de distribution d'optique de détail de Singapour, afin de répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus exigeante, désireuse de trouver qualité, service et prix intéressants.

Amérique latine

Après des années de bonnes performances en Amérique Latine, Luxottica a encore une fois enregistré des résultats en hausse en 2018, avec une augmentation du chiffre d'affaires de 2,9 % à taux de change constant[1] (- 8,4 % à taux de change réels, en raison de la forte dévaluation du real brésilien). Les activités dans la région ont montré une accélération au cours du quatrième trimestre avec une hausse de 7,1 % en glissement annuel à taux de change constant[1] (- 2,6 % à taux de change réels), et ce malgré le macro-environnement compliqué existant. Le Brésil et le Mexique ont été les principaux moteurs des performances positives dans la région, avec une hausse du commerce de gros et de la vente de détail par rapport aux résultats de l'exercice précédent.
Le segment de la vente de détail a continué de se développer dans la région. Óticas Carol a ouvert plus de 130 franchises, et possède désormais quelque 1 200 boutiques de luxe au Brésil. Sunglass Hut a poursuivi son expansion en ouvrant ses premiers magasins en Colombie, en Argentine et dans les Caraïbes, et a inauguré les 11 premières boutiques Ray-Ban dans la région. GMO a optimisé son réseau de distribution d'optique au Chili, au Pérou, en Équateur et en Colombie, et a enregistré de bons résultats.

Chiffre d'affaires net au quatrième trimestre 2018

(en millions d'Euros)	T4 2017[3]	T4 2018	Variation à taux de change constant[1]	Variation à taux de change réels
Chiffre d'affaires net du groupe	**2 099**	**2 161**	**+ 2,2 %**	**+ 3,0 %**
Commerce de gros	717	732	+ 3,4 %	+ 2,0 %
Vente de détail	1 382	1 430	+ 1,6 %	+ 3,5 %

Segments géographiques : chiffres d'affaires nets

Chiffre d'affaires net (en millions d'euros)	T4 2017[3]	%	T4 2018	%	Variation à taux de change constant[1]	Variation à taux de change réels
Amérique du Nord	1 231	59 %	1 272	59 %	- 0,1 %	+ 3,3 %
Commerce de gros	223	11 %	237	11 %	+ 3,2 %	+ 6,4 %
Vente de détail	1 008	48 %	1 035	48 %	- 0,8 %	+ 2,7 %
Europe	364	17 %	375	17 %	+ 4,2 %	+ 3,1 %
Asie-Pacifique	289	14 %	302	14 %	+ 6,3 %	+ 4,6 %
Amérique latine	180	8 %	175	8 %	+ 7,1 %	- 2,6 %
Reste du monde	35	2 %	37	2 %	+ 3,8 %	+ 4,2 %
Total du groupe	**2 099**	**100 %**	**2 161**	**100 %**	**+ 2,2 %**	**+ 3,0 %**

Au quatrième trimestre, Luxottica a enregistré une hausse de son chiffre d'affaires net de 2,2 % à taux de change constants[1] (+ 3 % à taux de change réels) grâce aux bonnes performances en amélioration de la division du commerce de gros et au 36ème trimestre consécutif d'augmentation de la division de la vente de détail à taux de change constant[1]. Le quatrième trimestre a été le deuxième meilleur trimestre de l'année, et a enregistré la croissance la plus forte depuis deux ans.

Le chiffre d'affaires net à taux de change constants[1] a bénéficié d'une accélération des ventes en Europe, Asie-Pacifique et Amérique latine. Le chiffre d'affaires pour la région Amérique du Nord à taux de change constants[1] a suivi l'évolution du quatrième trimestre 2017 (+ 3,3 % à taux de change réels), compte tenu des bonnes performances continues de la division du commerce de gros (+ 3,2 % contre + 14 % en 2017).

La vente de détail a perdu 0,8 % à taux de change constant[1] (+ 2,7 % aux taux de change réels) en raison du ralentissement temporaire de l'activité nord-américaine (imputable à une baisse de 40 % des ventes de Sears et à un environnement hautement promotionnel durant la période des Fêtes). Un quatrième trimestre solide en 2017 a également rendu la comparaison difficile. Le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables[2] était en baisse de 1,5 % au quatrième trimestre (affecté à la fois par l'effet calendaire de la vente de détail de produits optiques et par l'environnement promotionnel défavorable subi par Sunglass Hut en Amérique du Nord).

Au quatrième trimestre 2018, le chiffre d'affaires des plates-formes de e-commerce du groupe a enregistré une hausse de 10 % à taux de change constants[1].

Au cours des deux premiers mois de 2019, la division de la vente de détail a retrouvé une croissance solide avec le chiffre d'affaires réalisé par des magasins comparables[2] positif (environ + 2 %), tirées par une croissance remarquable en Europe, et LensCrafters bénéficie désormais des nombreuses initiatives prises au cours des deux dernières années.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE PRO FORMA[1] AJUSTE[2] D'ESSILORLUXOTTICA – VISION CONTRIBUTIVE

	2017				2018				
En millions d'euros (à taux de change réels)	*Essilor ajusté[2]*	*Luxottica ajusté[2]*	*Elimination des opérations intra-groupe*	*EssilorLuxottica Pro forma[1] ajusté[2]*	*Essilor ajusté[2]*	*Luxottica ajusté[2]*	*Elimination des opérations intra-groupe*	*EssilorLuxottica Pro forma[1] ajusté[2]*	Variation 2018 vs. 2017
Chiffre d'affaires	7 402	9 184	(237)	16 349	7 460	8 929	(228)	16 160	- 1,2 %
Coût des ventes	(3 096)	(3 164)	225	(6 035)	(3 088)	(3 125)	225	(5 988)	- 0,8 %
MARGE BRUTE	**4 306**	**6 020**	**(13)**	**10 314**	**4 372**	**5 804**	**(4)**	**10 172**	**- 1,4 %**
En % du chiffre d'affaires	*58,2 %*	*65,5 %*		*63,1 %*	*58,6 %*	*65,0 %*		*62,9 %*	
Charges d'exploitation	(3 031)	(4 580)	0	(7 611)	(3 139)	(4 461)	0	(7 600)	- 0,1 %
RESULTAT OPERATIONNEL	**1 275**	**1 440**	**(13)**	**2 702**	**1 233**	**1 343**	**(4)**	**2 572**	**- 4,8 %**
En % du chiffre d'affaires	*17,2 %*	*15,7 %*		*16,5 %*	*16,5 %*	*15,0 %*		*15,9 %*	
Résultat financier	(60)	(61)		(121)	(56)	(50)		(106)	- 12,8 %
Quote-part des sociétés mises en équivalence		1	(1)	0		1	(1)	(0)	n.c.
RESULTAT AVANT IMPÔT	**1 215**	**1 380**	**(14)**	**2 581**	**1 177**	**1 294**	**(5)**	**2 466**	**- 4,5 %**
En % du chiffre d'affaires	*16,4 %*	*15,0 %*		*15,8 %*	*15,8 %*	*14,5 %*		*15,3 %*	
Impôt sur les résultats	(273)	(407)	3	(677)	(254)	(343)	1	(595)	- 12,2 %
RESULTAT NET	**942**	**973**	**(11)**	**1 904**	**923**	**951**	**(3)**	**1 871**	**- 1,7 %**
Taux d'impôt effectif	*- 22,5 %*	*- 29,5 %*		*- 26,3 %*	*- 21,6 %*	*- 26,5 %*		*- 24,1 %*	

[1] Compte de résultat consolidé pro forma sur une base de 12 mois pour Essilor et Luxottica.
[2] Les résultats 2018 et 2017 sont ajustés conformément aux informations financières consolidées pro forma non auditées. Les comptes publiés et la réconciliation des comptes publiés aux comptes ajustés sont inclus dans les informations financières consolidées pro forma non auditées. La liste des ajustements est disponible dans la rubrique "Indicateurs ajustés".

Résultats d'Essilor pour l'exercice 2018

Remarques

- **a.** **Croissance organique / Croissance en base homogène** : Croissance à taux de change et à périmètre constants. Se reporter à la définition figurant en note 2.4. des états financiers consolidés inclus dans le Document de référence 2017.
- **b.** Pour obtenir la définition des chiffres ajustés de 2017 et 2018, veuillez-vous référer à la rubrique 1.5.1.3.

Le chiffre d'affaires d'Essilor s'élève à 7 459 millions d'euros en 2018, en hausse de 5,1% à taux de change constants, dont 4,6% en base homogène[a].

Le taux de marge brute progresse de 58,2 % à 58,6 % du chiffre d'affaires, à 4 372 millions d'euros. Il bénéficie de gains d'efficacité, de l'évolution favorable du mix produit, notamment lié à la bonne croissance des verres de marques Transitions®, Varilux®, Crizal® et Eyezen™, ainsi que de l'impact positif des nouveaux produits, dont le verre antireflet Crizal® Sapphire 360°™ et la finalisation du déploiement du verre progressif Varilux® X Series™.

La marge opérationnelle ajustée[b] s'établit à 1 233 millions d'euros, soit 16,5 % du chiffre d'affaires (contre 17,2 % en 2017). Ce recul traduit une progression des coûts de commercialisation visant à améliorer la qualité de service ainsi que la hausse de dépenses de publicité et de marketing. Ces dernières ont permis, d'une part, d'accompagner la croissance rapide des activités e-commerce, notamment l'acquisition de nouveaux clients, et, d'autre part, les efforts de promotion de la marque Transitions® et de l'activité verres de prescription aux Etats-Unis. Enfin, le groupe a intensifié ses investissements dans de nouveaux segments porteurs, tels que les programmes de gestion de la myopie, et renforcé ses initiatives autour de la mission et des activités "2.5 New Vision Generation™".

Le taux effectif d'impôt affiche une baisse de 90 points de base à 21,6 %. Il bénéficie de la suppression de la taxe sur les dividendes ainsi que d'un mix géographique favorable.
Le résultat net ajusté[b] du groupe s'élève à 923 millions d'euros contre 942 millions en 2017.

Résultats de Luxottica pour l'exercice 2018

Remarques
1 Les chiffres à taux de change constant ont été calculés à l'aide de la moyenne des taux de change en vigueur au cours de la période correspondante durant l'exercice précédent.
2 Pour obtenir la définition des chiffres ajustés de 2017 et 2018, veuillez-vous référer à la rubrique 1.5.1.3.

En 2018, le chiffre d'affaires de Luxottica a atteint 8 929 millions d'euros, en hausse de 1,5 % à taux de change constants[1] (- 2,8 % à taux de change réels) avec une accélération du chiffre d'affaires net au second semestre de l'année, grâce à l'amélioration progressive des activités de gros en Europe.

La bonne tenue du mix-prix et la maîtrise des coûts ont contribué positivement aux résultats de 2018. Ce point mérite d'autant plus d'être souligné que ces résultats ont été obtenus malgré une moindre contribution des volumes en raison du changement de la stratégie de distribution de Luxottica dans les régions clés. Le changement de stratégie visait à promouvoir la qualité des ventes, la cohérence et la transparence des politiques commerciales ainsi qu'une relation plus directe avec les consommateurs.

Les deux divisions ont contribué aux résultats commerciaux positifs de l'année, le commerce de gros affichant une forte accélération au cours du second semestre de l'année et le ventes de détail confirmant une croissance soutenue.

Le résultat d'exploitation de la société sur une base ajustée[2] affichait une baisse de 6,8 % à 1 343 millions d'euros en 2018 (+ 1,2 % à taux de change constants[1]), avec une marge d'exploitation ajustée à 15,1 % en baisse de 60 points de base (stable à taux de change constants[1]). La marge d'exploitation ajustée de la division du commerce de gros était de 22,6 % en baisse de 60 points de base (+ 40 points de base à taux de change constants[1]). La marge d'exploitation ajustée de la division vente de détail a reculé de 20 points de base (+ 20 points de base à taux de change constants[1]) et s'élevait à 14,6 %.

Le résultat net pour l'exercice 2018 sur une base ajustée était en repli de 2,0 % à 951 millions d'euros (+6,7 % pour plus d'un milliard d'euros à taux de change constants[1]), par rapport au niveau record de l'année dernière. En 2017, le résultat net avait bénéficié de revenus non-récurrents liés à l'accord de Luxottica sur le « Patent Box » italien couvrant les années 2015 et 2016 et de l'impact de la réforme fiscale américaine. En excluant, des résultats 2017 l'impact de 159 millions d'euros provenant de ces éléments non-récurrents, la marge nette de l'exercice 2018 serait en hausse de 90 points de base, grâce à une gestion commerciale et financière efficace. Pour la deuxième année consécutive, en 2018, la marge nette a dépassé le seuil de 10 %.

La génération de flux de trésorerie disponibles s'est élevée à 923 millions d'euros pour la période de douze mois se terminant le 31 décembre 2018 ; sans les fluctuations du taux de change[1], elle aurait été d'environ 1,1 milliard d'euros. L'endettement net au 31 décembre 2018 a atteint 428 millions d'euros, en baisse d'environ 42 % par rapport à la même période de l'an dernier, avec un ratio de dette nette sur EBITDA ajusté descendant à 0,2x.

Indicateurs ajustés

Dans ce rapport de gestion, la direction présente certains indicateurs de performance qui ne sont pas prévus par les normes « IFRS » (*International Financial Reporting Standards*) émises par l'*International Accounting Standards Board* (IASB, Bureau international des normes comptables) et approuvées par l'Union Européenne. Ces agrégats ne sont pas destinés à être utilisés isolément ou à remplacer les agrégats figurant dans les états financiers consolidés d'EssilorLuxottica établis conformément aux normes IFRS. En effet, ces agrégats doivent être utilisés et analysés conjointement aux états financiers consolidés d'EssilorLuxottica pour une meilleure compréhension des performances opérationnelles du Groupe. Ces agrégats ne sont pas définis par les normes « IFRS » et les investisseurs sont invités à examiner avec attention leurs définitions.
Le rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), ainsi que les évènements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales ont un impact significatif sur les résultats consolidés. Par conséquent, certains agrégats ont été ajustés (« indicateurs ajustés »), dans le but de fournir des informations supplémentaires en base comparable par rapport aux périodes précédentes, de refléter les performances économiques réelles d'EssilorLuxottica et de permettre leur suivi et leur comparabilité avec ceux de ses concurrents. En particulier, la direction a ajusté les indicateurs suivants : la marge brute, les charges d'exploitation, le résultat opérationnel, le résultat avant impôt et le résultat net.
Par ailleurs, afin de prendre en considération le rapprochement EL intervenu en 2018, les indicateurs ajustés pour les années 2017 et 2018 sont présentés sur une base pro forma. Le détail des indicateurs pro forma ajustés ainsi que la réconciliation avec les indicateurs pro forma les plus comparables sont disponibles dans les informations financières consolidées résumées pro forma, non auditées.
En 2017 et 2018, les indicateurs pro forma ajustés ne tiennent pas compte : (i) des impacts supplémentaires liés à l'allocation du coût d'acquisition relatif au rapprochement EL ; et (ii) les autres ajustements relatifs aux transactions inhabituelles, occasionnelles, ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Ces ajustements sont décrits ci-après :

Pour l'exercice 2018

- un *Coût des ventes* non récurrent de 27 millions d'euros relatif à des charges de restructuration et de réorganisation engagées par Luxottica.
- des *Frais de commercialisation* non récurrents de 7 millions d'euros relatifs à des charges de restructuration et de réorganisation engagées par Luxottica.
- des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 271 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :
    - des coûts de transaction associés à l'opération de Rapprochement EL pour 150 millions d'euros, dont 128 millions d'euros en 2017 (109 millions d'euros pour Essilor et 19 millions d'euros pour Luxottica) et 22 millions d'euros en 2018 (11 millions d'euros pour Essilor et 11 millions d'euros pour Luxottica),
    - une charge exceptionnelle de 77 millions d'euros liée à la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016, telle que validée par l'assemblée générale d'Essilor en mai 2017, minorée de l'ajustement de 5 millions d'euros relatif à la réévaluation des rémunérations en actions d'Essilor,
    - des charges de restructuration et de réorganisation pour 49 millions d'euros (dont 33 millions d'euros pour Essilor et 16 millions d'euros pour Luxottica),
- des charges exceptionnelles de 36 millions d'euros comptabilisées dans les *Autres produits / (Charges)* et comportant notamment :
    - une moins-value de cession de 5 million d'euros suite à la demande des autorités anti-trust turques, qui avaient posé la cession de Merve comme condition à leur autorisation de réaliser le Rapprochement EL,
    - une perte nette liée à la modification du périmètre de consolidation d'une entité, pour 24 millions d'euros,
    - un effet négatif net de 5 millions d'euros d'autres opérations exceptionnelles pour Essilor ;

- la distribution d'une prime exceptionnelle aux salariés d'Essilor en France, à hauteur de 2 millions d'euros ;

- le *Coût de l'endettement financier net* a été réévalué à hauteur de 5 millions d'euros au titre d'une charge financière exceptionnelle liée au remboursement anticipé de la dette de Luxottica ;
- l'*Impôt sur le résultat* a été réévalué à hauteur de (72) millions d'euros au titre des impacts fiscaux induits par les ajustements décrits ci-dessus, pour (25) millions d'euros, et d'un produit d'impôt non récurrent de (25) millions d'euros enregistrés par Essilor.

Pour l'exercice 2017

(i) un *Coût des ventes* non récurrent de 58 millions d'euros relatif à des charges de restructuration et de réorganisation engagées par Luxottica ;

(ii) des *Frais de commercialisation* non récurrents de 38 millions d'euros relatifs à des charges de restructuration et de réorganisation engagées par Luxottica ;

(iii) des *Frais généraux et administratifs* non récurrents de 259 millions d'euros, relatifs aux éléments suivants :

a. des coûts de transaction associés à l'opération de Rapprochement EL, pour 150 millions d'euros, dont 128 millions d'euros en 2017 (109 millions d'euros pour Essilor et 19 millions d'euros pour Luxottica) et 22 millions d'euros en 2018 (11 millions d'euros pour Essilor et 11 millions d'euros pour Luxottica),
b. des charge exceptionnelle de 45 millions d'euros liée à la suppression des conditions de performance pour les plans de rémunération en actions de 2015 et 2016, telle que validée par l'assemblée générale d'Essilor en mai 2017, minorée de l'ajustement de 2 millions d'euros relatif à la réévaluation des rémunérations en actions d'Essilor,
c. des charges de restructuration et de réorganisation pour 53 millions d'euros (dont 33 millions d'euros pour Essilor et 20 millions d'euros pour Luxottica),
d. d'autres éléments, pour 13 millions d'euros, principalement liés à une contribution exceptionnelle à des programmes en rapport avec la mission d'Essilor visant à éradiquer la mauvaise vision dans le monde (5 millions d'euros) et aux indemnités de départ de certains hauts dirigeants de Luxottica (8 millions d'euros) ;

(iv) des produits et charges exceptionnels nets pour (35) millions d'euros comptabilisés dans les *Autres produits / (charges) opérationnels*, comportant notamment les éléments suivants :

a. une plus-value de (57) million d'euros sur la vente de deux biens immobiliers du Groupe (dont 9 millions d'euros pour Essilor et 49 millions d'euros pour Luxottica) ;
b. une contribution exceptionnelle de 14 millions d'euros à des programmes en rapport avec la mission d'Essilor visant à éradiquer la mauvaise vision dans le monde ;
c. d'autres éléments non récurrents à l'effet net négatif, à hauteur de 8 millions d'euros, pour Essilor ;

(v) le *Coût de l'endettement financier net* a été réévalué à hauteur de 30 millions d'euros au titre d'une charge financière exceptionnelle entraînée par le remboursement anticipé de certains emprunts de Luxottica ;

(vi) l'*Impôt sur le résultat* a été réévalué à hauteur de (345) millions d'euros, au titre des éléments suivants :

a. les impacts fiscaux issus des ajustements mentionnés ci-dessus, à hauteur de (94) millions d'euros,
b. un produit d'impôt différé net exceptionnel relatif à la réforme fiscale adoptée par le Congrès des États-Unis en décembre 2017, pour un total de (172) millions d'euros pour le Groupe (dont 73 millions d'euros pour Essilor et 99 millions d'euros pour Luxottica),
c. un avantage fiscal exceptionnel de (60) millions d'euros relatif au régime fiscal favorable des brevets, suite à l'accord conclu entre Luxottica et l'administration fiscale italienne en novembre 2017,
d. un gain exceptionnel, enregistré par Essilor, de (19) millions d'euros sur le remboursement de la taxe de 3 % sur les dividendes en France, net d'une charge fiscale exceptionnelle.

Les indicateurs ajustés susmentionnés ne sont pas prévus par les normes « IFRS » (*International Financial Reporting Standards*) émises par l'*International Accounting Standards Board* (IASB, Bureau international des normes comptables) et approuvées par l'Union Européenne. Le Groupe estime que ces indicateurs ajustés (i) permettent à la direction et aux investisseurs de mesurer avec pertinence la performance opérationnelle du Groupe et de la comparer aux autres sociétés du même secteur, et (ii) donnent une information complémentaire sur les résultats, hors effet des évènements inhabituels, occasionnels ou sans rapport avec les activités normales. Par ailleurs, les indicateurs ajustés ne peuvent pas être comparés aux agrégats utilisés par d'autres sociétés et pouvant porter des titres similaires.

L'information sur la génération de *cash-flow* libre est incluse dans ce rapport de gestion. La génération de *cash-flow* libre est un indicateur de performance qui n'est pas prévu par les normes IFRS ; le Groupe le considère utile pour la direction et les investisseurs dans le but d'évaluer la performance opérationnelle en comparaison avec celles des autres sociétés du secteur. Le *cash-flow* libre ne doit pas être considéré de façon isolée ou en substitution des agrégats figurant dans les états financiers consolidés du Groupe établis conformément aux normes IFRS. Le *cash-flow* libre correspond au flux de trésorerie provenant des opérations moins les investissements corporels et incorporels.

BILAN ET FLUX DE TRESORERIE D'ESSILORLUXOTTICA

Ecart d'acquisition et actifs incorporels résultant du rapprochement entre Essilor et Luxottica

Les comptes consolidés d'EssilorLuxottica prennent en compte l'acquisition d'Essilor par Luxottica (« acquisition inversée »). Ainsi les actifs et passifs d'Essilor ont été évalués à la juste valeur à la date de la réalisation de l'apport des actions de Delfin (le 1er octobre 2018). La différence entre la contrepartie transférée et la juste valeur des actifs acquis et des passifs repris est présentée en écart d'acquisition (19,5 milliards d'euros). Les actifs incorporels, représentant 10,8 milliards d'euros, ont également été comptabilisés comme résultant du rapprochement. Ils incluent principalement les technologies, les appellations commerciales, les marques et les relations clients.

Dette nette

La méthode de calcul de la dette nette est expliquée dans la Note 22 (Dette financière) aux états financiers consolidés.
Au 31 décembre 2018, la dette nette du groupe a atteint 1,9 milliard d'euros, contre 2,4 milliards d'euros à fin 2017, engendrant une réduction sensible de l'effet du levier financier. La dette nette à fin 2017 a été calculée sur la base des informations financières consolidées résumées pro forma non auditées disponible dans l'Actualisation du document de référence 2017 publiée le 28 septembre 2018.

Cash-flow libre

Le *cash-flow* libre combiné du groupe pour l'exercice 2018 a atteint 1 829 millions d'euros.

EVENEMENTS IMPORTANTS SURVENUS DEPUIS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Offre publique d'échange sur les actions Luxottica

Le 11 octobre 2018, EssilorLuxottica a lancé une offre publique d'échange (l' « **Offre** »), conformément au droit italien, visant l'ensemble des actions émises restantes en circulation de Luxottica (176 234 154 actions ordinaires de Luxottica, d'une valeur nominale de 0,06 euro chacune), à l'exclusion des actions déjà détenues par EssilorLuxottica et des actions auto-détenues par Luxottica.

Dans le cadre de l'Offre, EssilorLuxottica a remis aux actionnaires de Luxottica restants une contrepartie unique en actions (la « **Contrepartie en Actions** ») composée de 0,4613 action EssilorLuxottica nouvellement émise, d'une valeur nominale de 0,18 euro chacune et admise aux négociations sur Euronext Paris, pour chaque action Luxottica apportée à l'Offre (la « **Parité d'Echange** »). La Parité d'Echange est identique à celle appliquée dans le cadre de l'apport par Delfin à EssilorLuxottica de l'intégralité de la participation de Delfin dans Luxottica, qui a été réalisé le 1er octobre 2018.

Du fait de l'acquisition des actions Luxottica apportées à l'Offre, le 5 décembre 2018, EssilorLuxottica a atteint une participation supérieure à 90 % mais inférieure à 95 % du capital social de Luxottica. En conséquence, EssilorLuxottica a lancé une procédure d'offre publique de retrait (« *sell-out procedure* »), au cours de laquelle les actionnaires de Luxottica restants ont eu la possibilité d'apporter leurs actions en échange, selon leur choix, de la Contrepartie en Actions ou d'une contrepartie alternative en numéraire égale à 51,54474423 euros pour chaque action Luxottica (tel que déterminée conformément au droit italien) (la « **Contrepartie en Numéraire** »).

Ayant atteint une participation supérieure à 95 % du capital social de Luxottica au jour du règlement de l'offre publique de retrait le 18 janvier 2019, EssilorLuxottica a conséquemment initié une procédure de retrait obligatoire (« *squeeze-out procedure* ») qui s'est terminée le 5 mars 2019, donnant lieu au transfert à EssilorLuxottica, conformément au droit d'achat de l'initiateur prévu par le droit italien, de l'ensemble des actions émises restantes en circulation de Luxottica, en échange de la Contrepartie en Actions ou, pour les actionnaires de Luxottica restants l'ayant expressément demandé durant la procédure, de la Contrepartie en Numéraire. En vertu des règles boursières italiennes, Borsa Italiana a ordonné le retrait des actions Luxottica de la Bourse Électronique (Mercato Telematico Azionario) (*MTA*) à compter du 5 mars 2019, date de règlement de la procédure de retrait obligatoire.

Au cours de l'Offre et des procédures ultérieures d'offre publique de retrait (« *sell-out procedure* ») et de retrait obligatoire (« *squeeze-out procedure* »), (i) un total de 176 276 154 actions ordinaires Luxottica ont été apportées (ou autrement acquises par EssilorLuxottica conformément à son droit d'achat sur l'ensemble des actions restantes dans le cadre de la procédure de retrait obligatoire (« « *squeeze-out procedure* »)), dont 163 860 337 actions pour la Contrepartie en Actions et 12 415 817 pour la Contrepartie en Numéraire, et (ii) un total de 75 588 772 nouvelles actions EssilorLuxottica ont été émises et admises aux négociations sur Euronext Paris. En conséquence, la participation de Delfin dans le capital social d'EssilorLuxottica a diminué de 38,93 % à 32,05 %. Il est rappelé que les droits de vote font l'objet d'un plafonnement à 31 %, applicable à tout actionnaire conformément à une formule prévue à l'article 23 des statuts d'EssilorLuxottica.

Acquisitions et partenariats

Aucune transaction significative.
Depuis le 1er janvier, Essilor a poursuivi sa politique de partenariat avec des leaders locaux sur le marché de l'optique et a conclu 2 transactions. Veuillez-vous référer à la rubrique "Essilor en 2018".

Autres événements

Aucun.